

**STUDI KOMPARATIF PELAYANAN TAKSI ONLINE DAN TAKSI
KONVENSIIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung)**



SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat
Guna Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)
dalam Ilmu Ekonomi dan Bisnis Islam

Oleh

Putri Ayu Angraini

NPM : 1451010089

Program Studi : Ekonomi Syari'ah

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H/ 2018 M**

**STUDI KOMPARATIF PELAYANAN TAKSI ONLINE DAN TAKSI
KONVENSIIONAL TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM
(Studi pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung)**

SKRIPSI

Diajukan untuk Melengkapi Tugas-tugas dan Memenuhi Syarat-syarat Guna
Memperoleh Gelar Sarjana Ekonomi (S.E)



Pembimbing I : Hj. Mardhiyah Hayati, SP., M.S.I

Pembimbing II : Yeni Susanti, S.Pd., MA

**FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
RADEN INTAN LAMPUNG
1440 H/ 2018 M**

ABSTRAK

Transportasi umum merupakan hal yang saat ini ramai diperbincangkan baik oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, maupun masyarakat umum. Saat ini transportasi umum yang cepat, aman dan nyaman menjadi prioritas utama bagi masyarakat. Namun sayangnya, masyarakat saat ini sering kecewa dengan pelayanan buruk yang didapat konsumen dalam pelayanan taksi. Taksi Puspa Jaya adalah perusahaan yang sudah lama berdiri dibidang usaha jasa transportasi taksi di Bandar Lampung. Dengan adanya perbedaan jenis transportasi pasti pelayanan pun ikut berbeda, dan jumlah pesaing menimbulkan tantangan baru, bagi pihak perusahaan bagaimana agar memberikan pelayanan yang baik dan menciptakan kepuasan pelanggan.

Rumusan masalah pada penelitian ini adalah (1). Bagaimana pelayanan taksi online terhadap kepuasan pelanggan? (2). Bagaimana pelayanan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan? (3). Bagaimana studi komparatif pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam taksi Puspa Jaya di kota Bandar Lampung?. Tujuan dari penelitian ini adalah (1). Untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang ada pada taksi online terhadap kepuasan pelanggan. (2). Bagaimana pelayanan yang ada pada taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan. (3). untuk mengetahui dan menganalisis studi komparatif pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam taksi Puspa Jaya di kota Bandar Lampung.

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah pendekatan secara kualitatif menggunakan penelitian komparatif. Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh dari Perusahaan Taksi Puspa Jaya di kota Bandar Lampung. Populasi dalam penelitian ini yaitu pelanggan taksi Puspa Jaya, Dengan sampel data 30 responden pelanggan taksi online dan konvensional taksi Puspa Jaya.

Berdasarkan hasil penelitian dapat disimpulkan, pelayanan taksi online di Puspa Jaya menggunakan pemesanan melalui aplikasi taksi online Puspa Jaya. Pelayanan waktu tunggu untuk taksi online sendiri 4,46 menit. Metode layanan yang digunakan pada taksi online yaitu menjemput penumpang dan untuk layanan jenis armada menggunakan mobil *kijang toyota avanza* dan *innova*. Sedangkan pelayanan pemesanan pada taksi konvensional Puspa Jaya melalui via telepon. Layanan waktu tunggu taksi konvensional yaitu 7,79 menit. Metode layanan pada taksi konvensional yaitu menunggu penumpang dan untuk layanan jenis armada menggunakan mobil sedan *Honda City*. berdasarkan tanggapan responden pada kualitas pelayanan jasa taksi online dan konvensional rata-rata responden memberi tanggapan baik kepada jasa transportasi taksi online dibanding taksi konvensional, karena taksi online dalam sehari mencapai ± 40 orderan, sedangkan taksi konvensional hanya $\pm 30-35$ orderan dalam sehari. bukan karena alasan lebih cepat, mudah dan efisien saja. Pengguna taksi rupanya juga memperhatikan sopan santun, keramahan supir, dan kebersihan taksi dalam membandingkan pelayanan jasa taksi. Perubahan pelanggan dari taksi konvensional ke taksi online bukan tanpa sebab, melainkan keberadaan taksi online yang bisa dipesan melalui aplikasi *smartphone* menjadi alternatif di tengah kesulitan menghubungi taksi konvensional. Hal ini sejalan dengan konsep Ekonomi Islam, dimana pelayanan harus bersifat jujur, adil dan bersih sehingga tidak ada yang dirugikan dalam setiap pelayanan dalam prinsip Ekonomi Islam.

Kata Kunci : Pelayanan, Kepuasan Pelanggan.



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl. Let. kol H. Endro Suratmin Sukarame Telp. (0721) 703289 Bandar Lampung

PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung).

Nama : Putri Ayu Angraini
NPM : 1451010089
Jurusan/Fakultas : Ekonomi Syariah/ Ekonomi dan Bisnis Islam

MENYETUJUI

Untuk dimunaqosahkan dan dipertahankan dalam sidang Munaqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung.

Pembimbing I,

Pembimbing II,


Hj. Mardhiyah Hayati, SP., M.S.I
NIP.197605292008012010


Yeni Susanti, S.Pd., MA
NIP.

Ketua

Jurusan Ekonomi Syari'ah,


Madnasir, S.E.M.Si

NIP. 197504242002121001



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS ISLAM

Alamat : Jl Let. kol. H. Endro Suratmin Sukarame Telp. : (0721) 703289 Bandar Lampung

PENGESAHAN

Skripsi dengan judul **"STUDI KOMPARATIF PELAYANAN TAKSI
ONLINE DAN TAKSI KONVENSIONAL TERHADAP KEPUASAN
PELANGGAN DALAM PERSPEKTIF EKONOMI ISLAM (STUDI PADA**

TAKSI PUSPA JAYA DI BANDAR LAMPUNG). disusun oleh: **Putri Ayu
Angraini NPM: 1451010089** Jurusan **Ekonomi Syari'ah**, telah diujikan dalam
sidang Munasqosah Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam pada hari/ tanggal **Senin,
05 November 2018.**

TIM DEWAN PENGUJI

Ketua Sidang : Deki Firmansyah, M.S.i

Sekretaris : Dinda Fali Rifan, M.Ak

Penguji I : H. Supaijo, S.H., M.H

Penguji II : Hj. Mardhiyah Hayati, SP., M.S.I

Dekan

Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam
Universitas Islam Negeri Raden Intan Lampung

Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag

NIP: 195808241989031003

MOTTO

فِيمَا رَحْمَةٍ مِّنَ اللَّهِ لَئِنْ لَّمْ يَكُنْ لَّهُمْ خَلْقٌ غَيْرُ الْفِطْرِ لَافْتَحُوا مِنْ حَوْلِكَ فَاعْفُ عَنْهُمْ
وَاسْتَغْفِرْ لَهُمْ وَشَاوِرْهُمْ فِي الْأَمْرِ فَإِذَا عَزَمْتَ فَتَوَكَّلْ عَلَى اللَّهِ إِنَّ اللَّهَ يُحِبُّ الْمُتَوَكِّلِينَ ﴿١٥٩﴾

Maka disebabkan rahmat dari Allah-lah kamu berlaku lemah Lembut terhadap mereka. sekiranya kamu bersikap keras lagi berhati kasar, tentulah mereka menjauhkan diri dari sekelilingmu. Karena itu ma'afkanlah mereka, mohonkanlah ampun bagi mereka, dan bermusyawaratlah dengan mereka dalam urusan itu. Kemudian apabila kamu Telah membulatkan tekad, Maka bertawakkallah kepada Allah. Sesungguhnya Allah menyukai orang-orang yang bertawakkal kepada-Nya. (Q.S Ali Imran (03) : 159)



PERSEMBAHAN

Dengan mengucap rasa syukur Kepada Allah SWT yang maha pemberi segalanya berupa kebaikan dan dari hati yang terdalam, skripsi ini penulis persembahkan:

1. Kepada kedua orang tuaku tercinta Ayahanda Arif Mahya dan Ibunda Yuni Darwani yang selalu senantiasa memberikan do'a yang tulus dan ikhlas, kasih sayang, semangat yang tiada henti, motivasi, arahan, bimbingan dan inspirasi kepada penulis dalam menuntut ilmu. Semoga penulis bisa menorehkan senyum rasa bangga ibu dan ayah.
2. Kepada kakakku tercinta Arcan Seproni, yang selalu memberikan dukungan, memberikan motivasi, yang selalu memberikan inspirasi agar menjadi seseorang yang baik dan tekun.
3. Teman-teman angkatannku tahun 2014 dan teman-teman KKN serta para sahabatku yang selalu mendukung, membantu, berbagi keceriaan dan melewati setiap suka dan duka selama kuliah serta telah memberikan persaudaraan yang kuat sampai saat ini.
4. Almamaterku tercinta UIN Raden Intan Lampung tempat penulis mengemban ilmu-ilmu yang Rabbani semoga semakin jaya, berkualitas dan semakin di depan dengan nilai-nilai kebaikan.

RIWAYAT HIDUP

Alhamdulillah penulis sangat bersyukur karena terlahir dari anak bapak Arif Mahya dan ibu Yuni Darwani, penulis dianugerahi nama yang sangat indah oleh kedua orang tua yaitu Putri Ayu Angraini. dilahirkan di Bandar Lampung, pada tanggal 10 September 1996. Putri ke 2 (dua) dari 2 (dua) bersaudara.

Riwayat pendidikan yang telah penulis selesaikan adalah:

1. Taman Kanak-Kanak di TK Raudhatul Athfal Assalam Bandar Lampung tamat dan berijazah pada tahun 2002,
2. Melanjutkan pada SDN 2 Harapan Jaya Bandar Lampung tamat dan berijazah pada tahun 2008,
3. Kemudian melanjutkan pendidikan di SMP PGRI 6 Bandar Lampung dan selesai pada tahun 2011, dan
4. Sekolah menengah atas di SMA Utama 2 Pahoman Bandar Lampung dan tamat pada tahun 2014,
5. Alhamdulillah pada tahun 2014 penulis bisa terus melanjutkan pendidikan strata 1 jurusan Ekonomi Islam pada UIN Raden Intan Lampung.

KATA PENGANTAR

Segala puji bagi Allah SWT semesta alam atas rahmat dan hidayah-Nya, yang telah memberikan penulis kemudahan dalam menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul **“Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung)”**. Shalawat beserta salam semoga selalu tercurahkan, terlimpahkan sepanjang siang dan malam kepada junjungan kita Nabi Muhammad SAW beserta seluruh keluarga dan para sahabatnya serta para pengikutnya hingga akhir zaman.

Skripsi ini ditulis sebagai salah satu persyaratan untuk menyelesaikan studi pada program Strata Satu (S1) Jurusan Ekonomi Islam Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S.E) dalam bidang ilmu Ekonomi Islam. Atas bantuan semua pihak dalam proses penyelesaian Skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih sedalam-dalam nya kepada semua pihak yang turut berperan dalam proses penyelesaiannya, dan penulis ucapkan terimakasih kepada:

1. Dr. Moh. Bahrudin, M.Ag, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung beserta Wakil Dekan 1, 2 dan 3.

2. Madnasir, S.E., M.S.I selaku Ketua Jurusan Ekonomi Syariah yang senantiasa sabar dalam memberi arahan serta selalu motivasi dalam penyelesaian skripsi ini.
3. Ibu Hj. Mardhiyah Hayati, SP.,M.S.I dan ibu Yeni Susanti, S.Pd., MA selaku pembimbing I dan II yang telah mengarahkan penulis hingga penulisan skripsi ini selesai, semoga barokah ilmu dan pengetahuan yang diberikan selama ini aamiin.
4. Bapak dan Ibu Dosen serta Karyawan pada Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam UIN Raden Intan Lampung
5. Pihak Perusahaan Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung yang telah memberikan izin riset dan memberikan keterangan serta bekerja sama dengan baik.
6. Sahabatku yang selalu memberi semangat untuk penulis. Aqilla Eka Varisi, Luthfia Rizky Putri, Septiana Nabila, Mustaqim Wijaya, Weli Ofni Putri, Wayan Lestari, Sri Anggraini, Aditya Yosanda, Winda Novita Sari, semoga kita selalu dalam lindungan Allah SWT semoga persahabatan ini, senantiasa terjaga kokoh. Serta teman seperjuangan khususnya kelas E yang selalu bersama selama kurang lebih 4 tahun ini. Dan semua pihak yang telah membantu yang tidak bisa disebutkan satu persatu, semoga kita selalu terikat dalam ukhuwah Islamiyah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini jauh dari kesempurnaan, akan tetapi diharapkan dapat memberikan manfaat keilmuan yang berarti dalam bidang khazanah Ekonomi Islam.

Bandar Lampung, September 2018

Penulis

Putri Ayu Angraini

NPM. 1451010089



BAB I

PENDAHULUAN

A. Penegasan Judul

Penelitian ini berjudul “**Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional terhadap Kepuasan Pelanggan dalam perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung)**”. Untuk menghindari kesalah pahaman dan kekeliruan dalam memahami maksud dan tujuan serta ruang lingkup maka perlu adanya penegasan judul tersebut. Uraian pengertian dari istilah-istilah judul tersebut sebagai berikut:

1. **Studi Komparatif** adalah suatu penelitian yang bersifat membandingkan variabel yang satu dengan variabel lainnya.¹ Penelitian komparatif ini membandingkan dua variabel yang ditemukan di lapangan sehingga mendapatkan hasil yang diinginkan.
2. **Pelayanan** adalah bentuk interaksi kemampuan sebuah organisasi untuk menyediakan kebutuhan dan keinginan pelanggan.² Proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung yang saling berhubungan antara melayani dan dilayani.
3. **Taksi** adalah alat transportasi darat roda empat yang memiliki jumlah penumpang lebih dari satu orang yang dapat mengantarkan penumpang

¹ V. Wiratna Sujarweni, *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015), h. 49.

² Ivonne Wood, *LAYANAN PELANGGAN* Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2015), h. 5.

sesuai tujuan yang diinginkan.³ Transportasi angkutan umum berkapasitas kecil yang sering masyarakat gunakan dalam kegiatan sehari-hari khususnya di Indonesia, banyak orang tidak ingin repot untuk membawa kendaraan pribadi ataupun untuk melakukan suatu perjalanan lumayan jauh masyarakat memilih taksi sebagai alat transportasi kendaraan taksi ini karena dapat dinaiki dalam 1 kali jalan dengan kapasitas 3-5 orang untuk mengantarkan penumpang sesuai tujuan tempat pelanggan.

4. **Online** merupakan media internet dalam melakukan kegiatan, dan aktivitas dari mencari calon pelanggan sampai menawarkan produk maupun jasa, memanfaatkan jaringan internet yang didukung dengan seperangkat alat elektronik sebagai penghubung jaringan internet. Saat ini online merupakan salah satu jenis transaksi yang banyak dipergunakan dalam jual-beli.⁴ Online adalah keadaan di saat kita sedang terhubung dengan internet atau dunia maya, baik itu terhubung dengan aplikasi online dan berbagai jenis akun lainnya yang kita pakai atau gunakan lewat internet. Pemesanan pun dapat dilakukan menggunakan *smartphone android* yaitu dengan menemukan keberadaan taksi terdekat melalui pencarian lintasan terpendek menggunakan algoritma *Floyd-Warshall*.

5. **Konvensional** adalah suatu kegiatan bertemunya pelanggan ditempat secara langsung bertatap muka, menawarkan produk maupun jasa yang dijual serta

³Rifaldi, Kadunci dan Sulistyowati, *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta, Epigram Vol. 13 No. 2, Oktober 2016*, h. 122.

⁴ Dewi Irmawati, *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis, Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis – ISBN: 2085- 1375 Edisi ke VI, november 2011*, h. 5.

adanya transaksi yang bersifat fisik.⁵ Konvensional merupakan kegiatan pada saat kita tidak terhubung dengan internet dan secara langsung sifatnya mengikuti kebiasaan umum atau lazimnya digunakan mengikuti cara yang diterima secara umum yaitu dengan cara bertatap muka langsung dengan konsumen.

6. **Kepuasan Pelanggan** adalah perasaan senang dan mengagumi perusahaan yang memperlakukan mereka dengan cara yang sesuai keinginan mereka, bahkan bersedia membayar lebih untuk memperoleh layanan seperti itu.⁶

Pelanggan yang puas terhadap produk dan jasa pelayanan cenderung untuk membeli kembali jasa pada saat kebutuhan yang sama muncul kembali di kemudian hari. Hal ini berarti kepuasan merupakan faktor bagi konsumen dalam melakukan pembelian ulang yang merupakan porsi terbesar dari volume penjualan perusahaan.

7. **Ekonomi Islam** adalah kegiatan ekonomi yang berdasarkan nilai-nilai atau ajaran Islam bersumber dari Al-qur'an dan As-sunnah.⁷ Ekonomi Islam dalam kacamata Islam merupakan tuntutan kehidupan sekaligus anjuran yang memiliki dimensi ibadah yang teraplikasi dalam etika dan moral.

Berdasarkan pengertian di atas, maka yang di maksud dengan judul dalam skripsi ini adalah mengetahui bagaimana perbandingan antara pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan, untuk memahami

⁵ Ibid, h. 6

⁶ Ivonne Wood, *Op. Cit*, h. 13.

⁷ Dr. Mardani, *Hukum Sistem Ekonomi Islam* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2015), h. 8.

dan menambah pengetahuan sejauh mana pentingnya pelayanan terhadap kepuasan pelanggan khususnya pada Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung.

B. Alasan Memilih Judul

Alasan obyektif dan subyektif dalam penelitian ini adalah:

1. Alasan Obyektif

Peneliti tertarik dengan permasalahan ini dikarenakan Taksi Puspa Jaya satu-satunya perusahaan taksi konvensional sekaligus merangkap menjadi mitra taksi online di Bandar Lampung. Banyak pelanggan merasa puas terhadap pelayanan taksi online dan konvensional yang diberikan oleh Taksi Puspa Jaya, namun di samping itu juga pelanggan taksi online dan konvensional kurang puas terhadap pelayanan jasa yang di berikan oleh Taksi Puspa Jaya. Dengan membandingkan pelayanan antara taksi online dan konvensional terhadap kepuasan pelanggan, banyak sekali masyarakat yang mulai resah menggunakan taksi online maupun konvensional.

Hal ini disebabkan banyak pengemudi taksi konvensional melakukan kecurangan-kecurangan, seperti memutar jalan jauh agar mendapatkan biaya lebih, waktu tunggu kedatangan pengemudi yang lama, dan sebagainya. Adanya taksi online memberi angin segar bagi pengguna taksi untuk mendapatkan pelayanan lebih baik dan cepat. Taksi online berbasis aplikasi juga memiliki masalah yaitu dalam pengoperasian *server error* sehingga pelanggan memesan taksi online baru terkonfirmasi di pengemudi bahkan ada yang tidak terjemput.

2. Alasan Subyektif

Alasan subyektif mengenai penelitian ini adalah:

- a) Memberikan pengetahuan bagi penulis dan pembaca mengenai perbandingan pelayanan taksi online dan taksi konvensional di Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung menurut perspektif Ekonomi Islam.
- b) Memperoleh data sebagai bahan utama penyusunan penulisan skripsi guna memenuhi salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana Ekonomi Islam di Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, UIN Raden Intan Lampung.

C. Latar Belakang Masalah

Pada dasarnya setiap interaksi dengan pelanggan adalah sebuah bentuk dari layanan pelanggan. Bentuk interaksi tersebut bermacam-macam, bisa lewat telepon, surat, email, atau tatap muka langsung. Semua layanan dengan pelanggan ini memiliki tanggung jawab terhadap persepsi pelanggan mengenai suatu bisnis dan tingkat kepuasan yang mereka rasakan ketika berhubungan dengan bisnis terutama pada bisnis transportasi jasa. Pelayanan jasa yang diberikan taksi Puspa Jaya untuk memuaskan kebutuhan pelanggan juga melebihi harapan mereka.

Sebagai pelanggan, kita semua memiliki harapan tertentu sebelum menggunakan suatu jasa transportasi. Pemahaman tentang harapan ini akan sangat membantu kita dalam memberikan level layanan terbaik kepada pelanggan. Harapan pelanggan atas kinerja produk atau jasa akan berlaku sebagai standar perbandingan terhadap produk dan jasa bisnis yang sedang berkembang

adalah bisnis jasa transportasi umum roda empat yaitu Taksi.⁸ Harapan pelanggan sesuai kinerja jasa menjadi perbandingan terutama bisnis berkembang di era modern, pelanggan membandingkan jasa yang diberikan oleh penyedia layanan jasa terutama jasa transportasi taksi.

Transportasi umum merupakan hal yang saat ini ramai diperbincangkan baik oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, maupun masyarakat umum. Saat ini transportasi umum yang nyaman dan aman mulai menjadi prioritas utama bagi masyarakat. Masyarakat cenderung akan menggunakan transportasi umum yang telah melakukan perbaikan dalam segi pelayanan, fasilitas, ketepatan waktu pemberangkatan, kejujuran dalam memberikan tarif, dan sebagainya. Taksi konvensional menggunakan metode menunggu penumpang, sedangkan taksi online menjemput penumpang.

Namun sayangnya, masyarakat dewasa ini sering kecewa dengan pelayanan buruk, pelayanan buruk yang di maksud yaitu keadaan di mana para pengemudi terkadang kurang sopan terhadap konsumen, lama nya waktu tunggu yang di dapat konsumen dalam pelayanan taksi konvensional, sedangkan pelayanan buruk yang ada di taksi online yaitu penolakan terhadap penumpang karena jarak terlalu dekat/jauh, sikap kurang sopan pengemudi, pelanggan tidak terjemput, dan lama waktu tunggu. Para pengemudi taksi konvensional sering melakukan kecurangan-kecurangan yang berujung pada keengganan masyarakat untuk menggunakan jasa mereka lagi. Para pengemudi taksi konvensional sering,

⁸ Dikdik M. Arif Mansur, *Cyber Low Aspek Hukum Teknologi Informasi* (Bandung: PT. Refika Aditama 2015), h. 147.

sengaja membuat rute yang berputar-putar, terutama jika penumpang terlihat tidak tahu jalan. Hal ini dimaksudkan agar argometer menunjukkan angka lebih murah daripada seharusnya jika melewati jalan yang benar. Apabila melewati jalan yang salah, argometer menunjukkan angka lebih mahal.

Hal tersebut membuat tumbuhnya taksi online yang menggunakan tarif jujur lebih murah menarik perhatian banyak orang dan membuat masyarakat beralih dari taksi konvensional ke taksi online. Ditinjau dari pelayanan, taksi online memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik daripada taksi konvensional.⁹ Hal tersebut terbukti dengan waktu tunggu untuk layanan taksi online hanya 4,46 menit, sedangkan layanan taksi konvensional lebih dari 7,79 menit menurut artikel berita Kompasiana.¹⁰ Waktu tunggu taksi online dan konvensional tidak sama membuat kualitas pelayanan juga berbeda pelanggan lebih selektif memilih agar mereka mendapatkan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh taksi online dan taksi konvensional.

Sistem rating yang digunakan dapat membantu pelanggan memilih pengemudi yang sesuai penilaian.¹¹ Rating penilaian pada pengemudi dapat meningkatkan pelayanan karena pengemudi akan berusaha membuat pelayanan sebaik mungkin untuk pelanggan. Adanya sistem ini membuat konsumen dapat memilih pengemudi yang sesuai, sehingga proses pengambilan keputusan konsumen menjadi lebih optimal. Tarif yang ditetapkan di awal mengurangi peluang terjadinya kecurangan tarif yang sering dilakukan oleh pengemudi taksi

⁹ Taksi konvensional vs taksi online. *Kompasiana*, 15 maret 2016, h. 7.

¹⁰ *Ibid* hlm 8

¹¹ Abbas Salim, *Manajemen Transportasi* (Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada 2015), h. 5.

konvensional. Jadi penumpang cepat sampai ke tujuan karena tidak ada insentif jika pengemudi mengambil jalan lebih jauh, para taksi konvensional yang menggunakan argo harga bisa lebih tinggi. Di sisi lain, pelanggan juga lebih senang karena harga yang mereka bayar lebih murah dari pada taksi konvensional. Biaya taksi online 20% lebih rendah daripada taksi konvensional. Pelayanan sangat memuaskan tersebut menimbulkan pengalaman pelanggan yang baik, sehingga pelanggan menjadi puas.

Kepuasan pelanggan tersebut membuat pelanggan akan kembali menggunakan taksi online maupun konvensional.¹² Pelanggan merasakan kepuasan tersendiri terhadap yang di rasakan melalui pelayanan yang diberikan pengemudi pelanggan akan kembali menggunakan jasa yang dianggap memuaskan mereka dan menceritakan pengalamannya kepada orang-orang.

Pada saat ini, kepuasan pelanggan terhadap layanan hasil kinerja akan sangat mempengaruhi citra perusahaan, sehingga hal ini menjadi perhatian penting bagi perusahaan yang sedang berkembang pesat. Di Bandar Lampung sudah banyak taksi konvensional yang ikut bergabung menjadi mitra taksi online,¹³ termasuk Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung menyediakan kenyamanan perjalanan penumpang, bersedia mengantar atau menjemput dari mulai pukul 06.00-00.00 dengan pengalaman *driver* terbaik yang ahli seluk beluk wilayah lampung, merupakan Taksi Resmi di Kota Bandar Lampung yang beralamat di Jl. Melati No. 45 Labuhan Dalam, Tanjung Senang Kota Bandar Lampung.

¹² *Kompasiana, Op .Cit*, h. 7.

¹³ Abbas salim, *Op. Cit*, h. 148.

Taksi Puspa Jaya adalah perusahaan yang sudah lama berdiri di bidang usaha jasa transportasi taksi di Bandar Lampung. Dengan adanya peningkatan permintaan akan kebutuhan angkutan umum dan jumlah pesaing telah menimbulkan tantangan baru, bagi pihak manajemen perusahaan bagaimana agar dapat mendapatkan pelanggan bahkan mempertahankan loyalitas pelanggan. Untuk mencukupi kebutuhan pelanggan, taksi puspa jaya memiliki 24 unit armada taksi yang telah beroperasi dengan 25 pengemudi.¹⁴ Armada yang memadai dan pengemudi yang mumpuni merupakan salah satu strategi memuaskan pelanggan serta dapat memenuhi kebutuhan pelanggan.

Perusahaan Taksi Puspa Jaya bekerja sama dengan satu perusahaan mitra taksi online *grab car* juga mengembangkan sistem layanan online dengan perangkat *Global Positioning System (GPS)* untuk memudahkan pencarian lokasi konsumen berdasarkan pesanan telepon yang masuk. Berikut ini merupakan Tabel data keluhan pelanggan yang ada di Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung:

Tabel 1
Rekapitulasi jumlah Keluhan Perusahaan Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung

Jenis Keluhan	Juni 2017	Juli 2017	Agt 2017	Sept 2017	Okt 2017	Nov 2017	Des 2017	Jan 2018	Feb 2018
Penolakan terhadap penumpang karena jarak terlalu dekat/jauh	6	7	5	5	4	7	5	7	6
Sikap kurang sopan driver	3	1	2	3	1	2	3	2	1
Pelanggan tidak terjemput	3	4	2	1	3	3	2	6	5
Lama waktu tunggu	8	7	9	7	4	5	9	5	7
Lain-lain	1	0	2	3	2	1	0	0	1
Total	21	19	20	19	14	18	19	20	12

Sumber: Perusahaan Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung (Juni 2017- Feb 2018)

¹⁴ Sumber: Perusahaan Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung.

Data keluhan pelanggan menunjukkan beberapa keluhan yang disampaikan oleh konsumen taksi Puspa Jaya melalui telepon. Rata-rata keluhan per bulan/ bulan keluhan $162/ 9 = 18$ keluhan perbulan. Dari data keluhan pelanggan tersebut ada pelanggan Taksi Puspa Jaya yang merasa puas dan kurang puas dengan produk atau jasa yang diterimanya, pelanggan akan membandingkan pelayanan yang diberikan. Apabila konsumen merasa benar-benar puas, mereka akan membeli ulang serta memberi rekomendasi kepada orang lain untuk membeli di tempat yang sama.¹⁵ Namun jika konsumen merasa tidak puas terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengemudi, maka konsumen tidak akan kembali lagi menjadi pelanggan. Dengan kualitas pelayanan yang diberikan oleh sebuah perusahaan tentunya tidak hanya bertujuan untuk memberikan kepuasan semata tetapi juga untuk meningkatkan nama baik citra perusahaan.

Sebagai seorang muslim dalam memberikan pelayanan harus berprinsip pada nilai-nilai syariah guna mewujudkan ketaqwaan sekaligus membuktikan konsistensi keimanan dalam menjalankan syariat Islam.¹⁶ Sikap pelayanan yang baik di dalam pandangan Ekonomi Islam dijadikan tolak ukur dalam menilai kualitas pelayanan terhadap konsumen yaitu standardisasi syariah. Islam mensyari'atkan kepada manusia agar selalu terikat dengan hukum syara' dalam menjalankan setiap aktivitas ataupun memecahkan setiap masalah.

Pengertian hukum kualitas pelayanan tidak secara langsung dijumpai di dalam Al-Quran secara eksplisit, tetapi didasarkan pada konsep memberikan

¹⁵Ibid, h 149.

¹⁶ Fandy Ciptono, *Strategi Pemasaran Edisi ke lima* (Andi Offset: Yogyakarta 2016). h. 71

pelayanan yang baik kepada manusia itu telah diperintahkan oleh Allah SWT, dalil syar'ayah terdapat dalam Al-Quran.

Surat An-Nisa ayat 86 sebagai berikut:

حَسِبَاشَىٰ كُلِّ عَلَىٰ كَانَ اللَّهُ إِنَّ رُدُّوْهَا أَوْ مِنْهَا بِأَحْسَنَ فَحَيُّوا بِتَحِيَّةٍ حُسْنٍ وَإِذَا

Artinya: Apabila kamu diberi penghormatan dengan sesuatu penghormatan, Maka balaslah penghormatan itu dengan yang lebih baik dari padanya, atau balaslah penghormatan itu (serupa). Sesungguhnya Allah memperhitungkan segala sesuatu.

Dari ayat di atas maka dapat disimpulkan bahwa sesama manusia harus saling menghormati, jika di hubung kan dengan sebuah perusahaan di bidang jasa transportasi hal ini menjadi landasan bagi penyedia jasa untuk menghormati konsumennya. Salah satu bentuk memberikan penghormatan yaitu dengan memberikan kualitas pelayanan yang baik kepada konsumennya. Jadi, segala sesuatu dalam melakukan sebuah bisnis haruslah memberikan pelayanan yang baik karena pengemudi dapat memberikan efek bagi perusahaan yaitu kepuasan kepada pelanggan.

Diperlukan pelayanan terbaik kepada pelanggan agar kepuasan pelanggan menjadi point penting dalam sebuah pelayanan, karena adanya penelitian studi komparatif pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan maka dapat melebihi harapan mutu kualitas jasa yang diinginkan konsumen, sehingga kepuasan pelanggan akan terpenuhi dan pelanggan akan merasa puas. Pelanggan juga akan kembali dan memilih produk jasa yang mereka inginkan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, setelah melakukan observasi pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung maka rumusan masalah adalah

1. Bagaimana Pelayanan Taksi Online terhadap Kepuasan Pelanggan?
2. Bagaimana Pelayanan Taksi Konvensional terhadap Kepuasan Pelanggan?
3. Bagaimana Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam?

E. Tujuan dan Kegunaan Penelitian

Tujuan dan kegunaan dalam penelitian ini adalah:

1. Tujuan Penelitian
 - a. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang ada pada taksi online terhadap kepuasan pelanggan?
 - b. Untuk mengetahui bagaimana pelayanan yang ada pada taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan?
 - c. Untuk mengetahui dan menganalisis studi komparatif pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif Ekonomi Islam.

2. Kegunaan Penelitian

Kegunaan penelitian secara teoritis dan praktis dalam penelitian ini adalah:

- a. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan ilmu pengetahuan:

1. Bagi akademis, memberikan hasil pemikiran serta tambahan pengetahuan dibidang perekonomian khususnya pada pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif Ekonomi Islam.
 2. Bagi penulis, dapat menambah wawasan mengenai bagaimana studi komparatif pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif Ekonomi Islam.
- b. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menambah ilmu pengetahuan
1. Bagi pemerintah dapat menjadi bahan untuk mengetahui studi komparatif pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan, serta pemerintah juga dapat mengetahui sebab akibat yang akan terjadi pada pelayanan taksi online dan taksi konvensional.
 2. Bagi masyarakat di Bandar Lampung, dapat memberikan wawasan agar dijadikan pertimbangan dalam melihat peluang perkembangan usaha sehingga akan memberikan sebuah contoh dari pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan.

F. Metode Penelitian

Untuk menghindari dan memahami suatu permasalahan agar hasil penelitian yang dilaksanakan dapat mencapai hasil yang optimal sebagaimana diharapkan, maka perlu bagi seorang peneliti menggunakan suatu metode dalam

melaksanakan penelitian, dalam penelitian ini digunakan metode pengumpulan pengelolaan dari analisa data, sebelum menjelaskan metode tersebut akan diuraikan terlebih dahulu cara memperoleh data.

1. Jenis dan Sifat Penelitian

a. Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode pendekatan secara kualitatif. Metode penelitian kualitatif dalam penelitian ini menggunakan penelitian komparatif. Penelitian komparatif adalah penelitian yang membandingkan dua gejala atau lebih, antara dua sampel yang saling lepas (*independent*) yaitu sampel-sampel tersebut satu sama lain terpisah secara tegas dimana anggota sampel yang satu tidak menjadi anggota sampel lainnya.¹⁷ Sampel saling terpisah secara jelas namun terdapat persamaan juga perbedaan di dalamnya sehingga sampel yang didapat tidak menjadi kesatuan dari sampel lainnya.

Penelitian komparasi dapat menemukan persamaan-persamaan dan perbedaan-perbedaan tentang benda-benda, tentang orang, prosedur kerja, ide-ide, kritik terhadap orang, kelompok, terhadap suatu ide atau prosedur kerja dan dapat juga membandingkan kesamaan pandangan dan perubahan-perubahan pandangan orang, grup atau negara terhadap kasus, terhadap orang, peristiwa atau ide-ide.

¹⁷Prof. Dr. sugiyono, Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif dan R&D (Bandung: Alfabeta 2015), h. 215.

Penelitian ini membandingkan pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif ekonomi Islam dengan melakukan studi komparasi. Peneliti juga menggunakan penelitian kepustakaan (*library reseach*). Penelitian kepustakaan adalah penelitian yang dilaksanakan dengan menggunakan literatur (kepustakaan) yaitu penelitian yang bertujuan mendapatkan data sekunder dengan cara melakukan penelaahan terhadap buku-buku yang berkaitan dengan ekonomi, manajemen pemasaran, manajemen strategi, data jurnal, dan artikel.

b. Sifat penelitian

Penelitian ini bersifat deskriptif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mendeskripsikan, mencatat, menganalisis, menginterpretasikan kondisi-kondisi yang sekarang ini terjadi atau ada. Peneliti mengembangkan konsep dan menghimpun fakta, tetapi tidak melakukan pengujian hipotesa.

2. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Data Primer. Data primer adalah data yang diperoleh oleh peneliti dari sumber asli. Dalam penelitian ini penulis mendapatkan data primer dari lapangan yaitu dari Perusahaan Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung. Data ini merupakan data utama yang penulis gunakan untuk mencari informasi mengenai pelayanan

taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan di Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung.

3. Populasi dan Sampel

Populasi dan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah:

a. Populasi

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas, obyek/subyek yang mempunyai kuantitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya.¹⁸ Dengan kata lain populasi merupakan keseluruhan objek atau subjek yang berada pada suatu wilayah dan memenuhi syarat-syarat tertentu berkaitan dengan masalah penelitian, atau keseluruhan unit dari individu dalam ruang lingkup yang akan diteliti. Populasi dalam penelitian ini adalah masyarakat atau pelanggan yang menggunakan Taksi Online atau Taksi Konvensional di Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung.

b. Sampel

Sampel adalah kelompok kecil yang diamati dan merupakan bagian dari populasi sehingga sifat dan karakteristik populasi juga dimiliki oleh sampel. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

¹⁸ *Ibid* Hlm 216

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Pengambilan sampel harus sesuai dengan kualitas dan karakteristik suatu populasi. Teknik pengambilan sampel untuk menentukan sampel yang akan digunakan dalam penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Yang dimaksud dengan *purposive sampling* adalah teknik penentuan sampel dengan pertimbangan atau kriteria-kriteria tertentu yaitu hanya pelanggan yang menggunakan taksi online dan taksi konvensional yang ada di perusahaan Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung. Selain itu alasan menggunakan teknik ini adalah untuk lebih menghemat tenaga, waktu dan biaya.

Dalam menetapkan besaran sampel dalam penelitian ini didasarkan pada perhitungan yang dikemukakan oleh slovin dan husein umar adalah sebagai berikut:

n = Jumlah sampel yang dicari

N = Ukuran populasi dimana populasinya adalah pelanggan Taksi Puspa Jaya sebanyak 42 pelanggan tetap.

e = Nilai presisi/ ketetapan presentase tingkat kesalahan dengan catatan pada umumnya digunakan 1%, 5%, 10%. Penelitian ini menggunakan presisi sebesar 10%. 10%, karena sudah cukup untuk memenuhi sampel yang dibutuhkan.¹⁹

Dengan rumus sebagai berikut, $n = \frac{N}{\dots}$

¹⁹ Husein Umar, *Riset Pemasaran dan Perilaku Konsumen* (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama 2005) H. 146

$$1 + Ne^2$$

$$\begin{aligned} \text{Jadi, Sampel yang dicari adalah, } n &= \frac{42}{1 + (42 \times 0,1^2)} \\ &= 29,9 \end{aligned}$$

Berdasarkan rumus tersebut diatas, maka sampel minimal yang digunakan dalam penelitian ini adalah 30 responden.

4. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mengumpulkan data dan informasi yang diperoleh dalam penelitian ini penulis akan menggunakan metode sebagai berikut:

a. Wawancara

Wawancara adalah suatu percakapan tanya jawab dalam penelitian yang langsung secara lisan, antara dua orang atau lebih yang duduk secara fisik mendengarkan secara langsung informasi-informasi atau keterangan-keterangan dan diarahkan suatu masalah. Jenis wawancara yang penulis gunakan adalah wawancara bebas terpimpin yaitu wawancara yang membuat pokok-pokok masalah yang akan diteliti. Pedoman wawancara berfungsi sebagai pengendali jangan sampai proses wawancara kehilangan arah. Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode wawancara dan penulis tujukan kepada responden yaitu para Pelanggan Taksi Puspa Jaya yang berada di Bandar Lampung ini.

b. Dokumentasi

Metode dokumentasi adalah metode pengumpulan data melalui peninggalan arsip-arsip dan termasuk juga buku-buku yang berkaitan tentang masalah penelitian.²⁰ Masalah penelitian didapatkan melalui data agar menjadi teknik dalam pengumpulan data dokumentasi. Metode dokumentasi ini biasanya melalui rekaman, dokumen, catatan harian, laporan, *flashdisk*, serta *website* resmi lainnya.

c. Observasi

Observasi adalah cara dan teknik pengumpulan data, dengan melakukan pengamatan dan pencatatan secara sistematis terhadap gejala atau fenomena pada objek penelitian. Metode observasi digunakan untuk membuktikan data yang diperoleh selama penelitian dengan menerapkan metode observasi nonpartisipan dimana peneliti berlaku sebagai pengamat dan tidak ambil bagian dalam aktivitas yang dilaksanakan. Teknik ini dilakukan dengan cara melakukan pengamatan langsung, hal ini dilakukan untuk mengetahui secara pasti bagaimana perbandingan pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan di Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung.

²⁰Ibid, h. 217.

5. Teknik Analisis Data

Untuk menganalisis data, penulis menggunakan analisis kualitatif dengan pendekatan teknik:

1). Pendekatan komparasi

Yaitu menemukan persamaan- persamaan dan perbedaan tentang benda- benda, tentang orang, tentang prosedur kerja, tentang ide- ide, kritik terhadap orang, kelompok, terhadap suatu ide atau prosedur kerja. Dapat membandingkan pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan yang ada pada Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung.

2). Deduktif

Cara teknik analisis data deduktif dengan menggunakan analisis yang berpijak dari pengertian-pengertian atau fakta-fakta yang bersifat umum, kemudian diteliti dan hasilnya dapat memecahkan persoalan khusus. Metode pengolahan dan analisis data yang digunakan peneliti ini adalah analisis kualitatif. Analisis kualitatif adalah merupakan penelitian yang datanya dinyatakan dalam bentuk verbal tanpa menggunakan teknik statistik, dalam penelitian kualitatif, langkah peneliti baru diketahui dengan jelas setelah peneliti selesai. dalam menganalisis data penulis melakukan secara bersamaan dengan proses

pengumpulan data.²¹ Data dikumpulkan lalu dianalisis bersama-sama menghasilkan persoalan khusus untuk diteliti oleh penulis sehingga data diperoleh penulis dapat dijadikan bahan penelitian yang akurat.



²¹ Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Moderen Penelitian Kualitatif* (Bandung: Alfabeth 2013), h. 74.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Tinjauan Tentang Taksi Online

1. Teori Konsumsi

Konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Barang dan jasa yang digunakan dalam proses produksi tidak termasuk konsumsi, karena barang dan jasa itu tidak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Barang dan jasa dalam proses produksi ini digunakan untuk memproduksi barang lain.

Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun, tujuannya adalah untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Tingkat konsumsi memberikan gambaran tingkat kemakmuran seseorang atau masyarakat.²²

Pengertian kemakmuran disini adalah semakin tinggi tingkat konsumsi seseorang maka semakin makmur, sebaliknya semakin rendah tingkat konsumsi seseorang berarti semakin miskin. Konsumsi secara umum

²² James Michael, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, (Jakarta: Ghalia, 2015), h. 49.

diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Untuk dapat mengkonsumsi, seseorang harus mempunyai pendapatan, besar kecilnya pendapatan seseorang sangat menentukan tingkat konsumsinya.

2. Teori Kebijakan Publik Mengenai Transportasi

Kebijakan adalah sebuah instrumen pemerintah, bukan saja dalam arti *government* yang hanya menyangkut aparatur negara, melainkan pula *governance* yang menyentuh pengelolaan sumber daya publik. Kebijakan pada intinya merupakan keputusan-keputusan atau pilihan-pilihan tindakan yang secara langsung mengatur pengelolaan dan pendistribusian sumber daya alam, finansial dan manusia demi kepentingan publik, yakni rakyat banyak, penduduk, masyarakat atau warga negara.²³

Kebijakan merupakan hasil dari adanya sinergi, kompromi atau bahkan kompetisi antara berbagai gagasan, teori, ideologi dan kepentingan-kepentingan yang mewakili sistem politik suatu negara. Kriteria Transportasi Publik sebagai sarana transportasi publik, maka transportasi harus memenuhi kriteria pelayanan publik. Mengungkapkan bahwa transportasi yang baik bagi pelayanan publik harus memenuhi tiga kriteria dasar, yaitu kenyamanan, keamanan, dan kecepatan.

²³ Todaro, Teori Kebijakan Ekonomi Pemerintah dalam Pandangan Modern. Terj. (Jakarta: Bina Aksara, 2014), h. 213.

Terobosan Penanganan Transportasi, Ketentuan pertama adalah kenyamanan, yaitu aspek kenyamanan harus dapat dirasakan oleh penumpang yang menggunakan jasa transportasi. Penumpang akan merasa nyaman di dalam sarana transportasi bila di sarana tersebut dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi penumpangnya, salah satunya adalah pendingin udara, kedap terhadap asap kendaraan bermotor, dan proses yang dijalani calon penumpang sebelum dan setelah berada dalam sarana transportasi.

Ketentuan kedua adalah keamanan, yaitu aspek rasa aman yang dirasakan oleh penumpang selama mendapatkan pelayanan transportasi. Beberapa indikator yang digunakan dalam mengukur rasa aman diantaranya adalah sistem tertutup dimana sarana transportasi tidak mudah diakses oleh pihak lain yang bukan penumpang. Pada kasus Taksi, termasuk di dalamnya adalah *pool* an atau terminal yang hanya diakses oleh penumpang yang sudah memesan taksi. Selain itu, adalah sistem naik dan turun penumpang.

Untuk menjaga keamanan, penumpang harus naik dan turun hanya pada tujuan rute yang telah ditetapkan oleh penumpang sejak awal, dan penumpang tidak dapat naik dan turun pada tempat selain halte dan terminal resmi. Dengan demikian, sistem tertutup ini dapat memberikan rasa aman bagi penumpang dari ancaman pencurian, pencopetan, perampokan, atau insiden-insiden lainnya yang mengancam keselamatan penumpang dalam menggunakan jasa transportasi. Ketentuan ketiga adalah kecepatan, yaitu

ketentuan terpenuhinya waktu sampai ke tempat tujuan dengan cepat dan atau tepat. Ketentuan ini hanya dapat terpenuhi bila sarana transportasi didukung dengan pra sarana yang khusus, sebagai contoh adalah rel khusus yang dimiliki oleh kereta api. Sehingga dengan mengadopsi prasarana kereta api, maka pada transportasi taksi pun dapat diterapkan dengan membuat peraturan mengenai taksi baik online maupun konvensional yang kini terus berkembang dan bersaing mengikuti era modern sekarang ini.

Sarana transportasi massal yang dapat memenuhi ketiga ketentuan tersebut dapat dilakukan melalui konsep transportasi yang diterapkan oleh Pemerintah. Sarana transportasi ini, walaupun belum sempurna yang diharapkan pada ketiga faktor kebijakan publik mengenai transportasi namun telah memenuhi harapan masyarakat dalam mendapatkan pelayanan transportasi publik yang cepat, nyaman dan aman.

3. Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya didefinisikan sebagai aktifitas seseorang, sekelompok organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk,

jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan.²⁴

Taksi dikatakan berhasil apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan 5 komponen standar pelayanan, dan penumpang merasa puas dengan pelayanan tersebut. Keberhasilan tersebut dapat ditentukan oleh perilaku dan karakter para pengemudi Taksi Puspa Jaya. Pada era globalisasi ini, peran pelayanan terhadap pelanggan sangatlah penting, mengingat persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis khususnya pada transportasi jasa yang ada di Lampung.

Pelayanan penumpang merupakan rangkaian kegiatan sikap dan perilaku pengemudi Taksi Puspa Jaya dalam memberikan pelayanan yang baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:

- a. Adanya rangkaian kegiatan pelayanan pengemudi baik berupa sikap dan perilaku.
- b. Komunikasi yang baik antara konsumen dengan pihak perusahaan Taksi Puspa Jaya.
- c. Kegiatan yang bertujuan untuk membantu melayani dan memberikan kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan penumpang tersebut.

Jadi pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud

²⁴ M.Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung, Alfabeta, 2010, Hlm. 211-212

dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik pelayanan agar menjadi dasar, bagaimana memberikan pelayanan yang baik, yaitu:

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.
- 3) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Dari karakteristik di atas maka dapat dijadikan sebagai dasar perusahaan memberikan pelayanan terhadap pelanggannya. Pelayanan yang diberikan harus nyata dan merupakan tindakan yang langsung dirasakan oleh pelanggan, sehingga konsumen dapat merasakan secara langsung dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Secara etimologi, pelayanan bisa diartikan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Pada dasarnya melayani adalah kegiatan yang bersifat tidak berwujud yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani. Karakteristik melayani dinyatakan sebagai berikut: Sifatnya tidak bisa diraba, berlawanan sifatnya dengan produk barang jadi yang berwujud., Merupakan tindakan nyata, Kegiatan produksi dan konsumsi tidak dapat dipisahkan secara nyata.

Pelayanan oleh pemerintah dibedakan berdasarkan siapa yang menerima layanan tersebut, apakah pihak individu atau pihak kelompok. Kemudian konsep barang layanan terdiri dari barang privat (*private goods*) dan barang layanan kolektif (*public goods*). Pelayanan prima adalah suatu pola layanan terbaik dalam manajemen modern yang mengutamakan kepedulian terhadap pelanggan. Layanan prima di dalam dunia bisnis disebut juga sebagai *excellent service*. *Excellent service*, *customer service*, dan *customer care* pada dasarnya adalah sama, hanya berbeda pada konsep pendekatannya saja. Namun yang paling penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, minimal harus ada tiga hal pokok, yakni: peduli pada pelanggan, melayani dengan tindakan terbaik, dan memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu. Jadi, keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya sederhana.

Pelayanan prima (*excellent service*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas. Kualitas pelayanan sendiri memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Namun dari beberapa definisi yang dikemukakan, terdapat beberapa kesamaan, yakni:

- a) Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi harapan pelanggan

- b) Kualitas merupakan kondisi mutu yang setiap saat mengalami perubahan
- c) Kualitas mencakup proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan
- d) Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan, yang memenuhi harapan.

Kualitas pelayanan memiliki dimensi-dimensi seperti: Kecepatan waktu pelayanan, Akurasi/ ketepatan pelayanan, Kesopanan dan keramahan pelaku usaha, Tanggung jawab dalam menangani komplain pelanggan, Jumlah petugas yang melayani dan fasilitas pendukung lainnya.

Kualitas pelayanan yang berkaitan dengan lokasi pelayanan, ketersediaan informasi, dan petunjuk /panduan lainnya. Kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kenyamanan, fasilitas, dan teknologi, dan lain-lain. Sebagai perbandingan, berikut adalah definisi layanan prima (*excellent service*) yang diungkapkan oleh para pelaku usaha: Membuat pelanggan merasa penting, Melayani dengan ramah, tepat, dan cepat, Pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan, Menempatkan pelanggan sebagai mitra, Pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.

4. Konsep jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa (*service*) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk.²⁵ Definisi jasa sebagai berikut: Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya. Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk barang (fisik) karakteristik jasa sebagai berikut:²⁶

a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.

b. *Untorability* (tidak dapat disimpan)

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa dihasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

²⁵ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salemba Empat, 2016, Hlm 5.

²⁶Ibid, Hlm 6.

c. *Customization* (Kustomisasi)

Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud, tidak dapat disimpan, dan cepat hilang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa sangat bergantung pada penelitian konsumen terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak pemberi jasa.

5. Konsep Pelayanan Taksi Online

Perangkat-perangkat teknologi dipergunakan dalam sistem ini meliputi perangkat bergerak memiliki konsep pelayanan sistem operasi *Android*, layanan peta Internet *Google Maps*, teknologi pelacak lokasi *GPS (Global Positioning System)*, *framework* aplikasi web *Ruby on Rails*, dan basis data *PostgreSQL*. *Android* pada sistem pelayanan taksi ini, para sopir taksi akan dibekali sebuah perangkat *mobile* berbasis sistem operasi *Android*. Perangkat tersebut akan dipasang suatu aplikasi khusus yang memungkinkan seorang supir taksi untuk menanggapi permintaan untuk pelayanan konsumen oleh operator taksi.

Android memiliki empat elemen yang menjadi fondasi sebuah aplikasi, yaitu *Activity*, *Intent*, *Service* dan *Content Provider*. Tidak semua dari elemen selalu dibutuhkan dalam membangun sebuah aplikasi, namun sistem ini umumnya merupakan kombinasi dari ke empat hal tersebut. Setelah menentukan komponen apa saja yang akan dibutuhkan untuk aplikasi, pengembang perlu mencatat mereka pada sebuah berkas bernama *Android*

Manifest.xml Berkas ini adalah berkas yang memiliki format *XML (Extensible Markup Language)* di mana pengembang dapat mendeklarasikan komponen yang akan digunakan pada aplikasi dan apa saja kemampuan yang dapat mereka kembangkan dan juga menyatakan *requirement* dari kemampuan tersebut.²⁷

Google Maps pada saat pendistribusian permintaan layanan dari konsumen yang diterima oleh operator, seorang operator akan menawarkan layanan ini pada taksi-taksi yang letaknya dekat dengan konsumen tersebut. Pengukuran jarak terdekat antara supir taksi dan pelanggan menggunakan salah satu fitur *Google Maps* yang disebut dengan *Distance Matrix*. *Distance Matrix* adalah sebuah layanan pembuatan Sistem Pelayanan Taksi dengan menggunakan *Android, Google Maps, dan Ruby on Rails* yang menyediakan perhitungan jarak dan waktu dari *array* (lintang dan bujur lokasi) tempat awal dan *array* tempat tujuan.²⁸

Berdasarkan informasi dapat diperoleh dari rute rekomendasi dari titik awal dan titik akhir, seperti yang sudah dihitung oleh *Google Maps API*, terdiri dari baris-baris berisi nilai durasi jarak dari tiap pasangan *array*. *Global Positioning System* Untuk mendapatkan lokasi dari armada taksi, perangkat bergerak *Android* yang dioperasikan oleh supir taksi akan mengirimkan lokasi keberadaan taksi dengan memanfaatkan teknologi *GPS (Global Positioning System)*. *Global Positioning System* adalah sistem navigasi berbasis satelit

²⁷Carneiro, A.B.(2014). Appress Beginning Rails 3: Apress, Hlm 17

²⁸Svennerberg, G. (2014). Beginning Google Maps API 3: Apress , Hlm 18

yang mengirim dan menerima sinyal radio. Sebuah penerima *GPS* mendapatkan sinyal tersebut dan menyampaikan informasi pada pengguna.

Dengan menggunakan teknologi *GPS*, pengguna dapat mengetahui lokasi, kecepatan, dan waktu selama 24 jam, pada kondisi cuaca apapun dimanapun di dunia secara gratis. Untuk perangkat bergerak Android, lokasi pengguna dapat diperoleh melalui *Callback* pengembang dapat mengindikasikan untuk mendapatkan perubahan dari *Location Manager* dengan memanggil *request Location Updates*, memberikan sebuah *Location Listener* harus mengimplementasikan beberapa metode *callback* yang *Location Manager* panggil ketika lokasi pengguna berubah atau ketika status layanan berubah *Ruby on Rails*.²⁹

Operator dari perusahaan taksi akan dibantu oleh sebuah aplikasi yang dibangun dengan teknologi *Ruby on Rails*, *Rails* adalah sebuah framework aplikasi web untuk bahasa pemrograman *Ruby Rails* dapat menolong pengembang untuk membangun *website* secara cepat, dengan kode yang bersih dan mudah dirawat. Pengembang dapat menulis lebih sedikit kode untuk mencapai hasil yang sama dibandingkan dengan bahasa pemrograman lain. Filosofi *Rails* menyertakan beberapa prinsip berikut *DRY- "Don't Repeat Yourself"* - menyarankan bahwa menulis kode yang sama berulang kali adalah hal yang buruk *Convention Over Configuration*, berarti bahwa *Rails* membuat asumsi apa yang ingin pengembang ingin lakukan, daripada mengharuskan

²⁹*Ibid*, Hlm 19.

pengembang untuk melakukan spesifikasi terhadap setiap hal-hal kecil pada file *configuration REST* (*Representational state transfer* adalah pola terbaik untuk aplikasi *web Postgre SQL*).

Penyimpanan data pada sistem pelayanan taksi ini menggunakan *Postgre SQL*. *Postgre SQL* adalah sistem manajemen *object-relational database (ORDBMS)* berbasis *POSTGRES*. *Postgre SQL* adalah turunan *open-source* dari kode *Berkeley* yang menyediakan sebagian besar standar *SQL* dan menawarkan beberapa fitur modern lainnya: *Query yang kompleks, Foreign key, Trigger View, Transactional Integrity, Multiversion concurrency control*, Analisis dan Rancangan Sistem, Konsep perancangan dari sistem pelayanan taksi ini dengan menerapkan pola desain *MVC (Model- View- Controller)* pada pola *MVC*, model merepresentasikan data, view merepresentasikan tampilan, dan controller adalah penyalur segala aksi.³⁰

Dalam *Ruby on Rails*, kode harus ditempatkan di lokasi yang benar dan mengikuti konvensi penamaan agar *Rails* berjalan dengan normal. Setiap bagian dari pola *MVC* adalah entitas yang terpisah, yang dapat dibangun dan diuji coba secara terpisah. Perubahan pada model tidak perlu mempengaruhi tampilan sebaliknya, perubahan pada tampilan *view* tidak dapat mempengaruhi model ini artinya perubahan pada aplikasi *MVC* bersikap lokal dan hanya mempunyai *low impact* sehingga memudahkan *Maintenance* (perawatan) dan meningkatkan *Reusability* (penggunaan kembali) secara

³⁰*Op cit*, Hlm 22

signifikan antar komponen Rancangan *Entity Relationship Diagram (ERD)* Pembuatan Sistem Konsep Pelayanan Taksi dengan Menggunakan *Android, Google Maps, dan Ruby on Rails Rancangan ERD* terdiri dari entitas pengguna yang mencatat data akun supir, operator dan juga administrator aplikasi yang dibedakan melalui *Primary Key Identity* pengguna.

Pencatatan data profil pengguna dicatat pada entitas profil pengguna yang mempunyai *foreign key* pengguna. Setiap kegiatan operator dan administrator dicatat pada entitas log pengguna yang memiliki *foreign key* pengguna. Entitas taksi mencatat plat nomor taksi, koordinat taksi, dan juga kode supir melalui *foreign key* pengguna. Pencatatan akun dan profil dilakukan pada entitas profil pelanggan dan entitas pelanggan. Setiap kegiatan pemesanan pelanggan akan dicatat pada entitas log pelanggan yang memiliki *foreign key* pelanggan. Entitas pesanan mencatat seluruh pesanan yang dilakukan pelanggan.

Pada entitas ini, data supir yang ditugaskan untuk menjemput pelanggan dicatat dalam bentuk identitas supir. Entitas pengaturan mencatat pengaturan harga yang akan dikalkulasikan untuk estimasi ongkos pada pesanan pelanggan. Entitas provider digunakan untuk mencatat nama dan profil perusahaan yang menggunakan aplikasi pemesanan. Entitas pengeluaran digunakan untuk mencatat pengeluaran perusahaan untuk kepentingan laporan keuangan.

Rancangan *Use Case Diagram* Secara umum, *use case diagram* yang digunakan adalah mengelola pesanan, menugaskan taksi untuk menjemput pelanggan, pendaftaran pelanggan, mengubah posisi taksi, dan menerima pesanan. Aktor yang berperan adalah administrator, operator, supir taksi, dan pelanggan Pembuatan Sistem Pelayanan Taksi dengan menggunakan *Android*, *Google Maps*, dan *Ruby on Rails*. Rancangan *Activity Diagram* *Activity diagram* penugasan supir taksi menjemput pelanggan pada aplikasi pemesanan taksi.

Activity diagram penugasan supir taksi menjemput pelanggan *Activity diagram* merupakan proses penugasan supir taksi menjemput pelanggan oleh operator. Pemilihan supir taksi yang akan menjemput pelanggan dipertimbangkan dengan faktor jarak terdekat dan frekuensi supir taksi telah melakukan pesanan pada periode tertentu. Pilihan supir taksi oleh operator akan dicatat pada *database*.

6. Perilaku Konsumen

a. Definisi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu studi mengenai seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Konsumen memiliki keragaman menarik untuk dipelajari karena seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu,

sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut.³¹

Definisi perilaku konsumen yaitu studi bagaimana individu, kelompok organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan kebutuhan mereka. Definisi perilaku konsumen yaitu perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi.

Dari dua pengertian tentang perilaku konsumen di atas dapat diperoleh dua hal yang penting, yaitu sebagai kegiatan fisik dan sebagai proses pengambilan keputusan. Berdasarkan beberapa definisi yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.³²

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang. Ini berarti konsumen berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap, dan selera yang

³¹Setiadi, Nugroho J. *Perilaku konsumen*. Kencana, Jakarta, 2015. Hlm 6.

³²*Ibid*, Hlm 15

berbeda-beda, sehingga pengambilan keputusan dalam tahap pembelian akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen menurut Kotler terdiri dari:³³

1) Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari: budaya, sub budaya, kelas sosial

2) Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

4) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

³³ *Ibid*, Hlm 50.

7. Konsep Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang pelanggan setelah ia mengalami sesuatu tindakan atau hasil dari tindakan yang sesuai dengan harapan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Dimana faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Definisi kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.³⁴

Untuk memahami kepuasan, kita harus memahami bagaimana orang membentuk harapannya. Harapan dibentuk atas dasar pengalaman masa lalu seseorang dengan situasi yang sama, pernyataan dari teman atau kerabat yang lainnya, dan pernyataan dari perusahaan taksi dimana pelanggan memesan. Jadi dapat/ tidaknya perusahaan taksi memuaskan pelanggan-pelanggannya tidak hanya ditentukan oleh kinerjanya, tetapi juga oleh harapan yang diciptakannya.³⁵

Jika sebuah perusahaan taksi menciptakan harapan yang terlalu tinggi, maka kemungkinan ia akan tidak memuaskan pelanggan Taksi

³⁴Aviliani, R dan Wilfridus, L. “*Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*”. 2016 Usahawan, No.5.

³⁵<http://menzour.Sci-Hub.co.id/2016/11/makalah-kepuasan-pelanggan-mmt.html> diakses pada tanggal 22 Februari 2018 pada Pukul 21.35.

Puspa Jaya Bandar Lampung. Jadi dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara harapan sebelum memakai jasa layanan yang diberikan perusahaan dengan hasil yang telah dirasakan oleh pelanggan dari kinerja atau manfaat yang digunakan oleh perusahaan tersebut.

b. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada tiga cara Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

- 1) Menampung keluhan dan saran, Banyak cara yang dilakukan dalam hal ini. Misalnya dengan menyediakan kotak saran, membagikan formulir tanggapan/ komentar kepada konsumen tertentu, membentuk unit/ tim pengaduan, membentuk komite pengawas karyawan, dan lain-lain.
- 2) Menyelenggarakan evaluasi untuk membahas hal-hal yang sudah baik dan kekurangan-kekurangan dari Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung.
- 3) Menyelenggarakan survei kepuasan pelanggan, cara ini merupakan pelengkap bagi cara-cara lain tersebut di atas. Cara ini dapat dilakukan sendiri oleh perusahaan Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung.

Dengan menggunakan tiga cara mengukur kepuasan pelanggan ini dapat membantu pihak perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanannya kepada pelanggan. Pihak Taksi Puspa Jaya dapat mengevaluasi dan

memperbaiki pelayanan apa yang dianggap kurang dari saran-saran pelanggan.

8. Kelebihan dan Kelemahan Taksi Online

a. Kelebihan Taksi Online

Kelebihan mengenai taksi online ini adalah:

1) Rasa Aman Bagi Penumpang

Transportasi online dinilai cukup aman bagi penumpang yang selama ini merasa ragu jika naik taksi biasa/ pangkalan. Seluruh data pengemudi taksi online terdaftar di perusahaan dan memiliki atribut yang jelas. Para penumpang pun bisa memberikan langsung komentar tentang pengemudi. Serta memberikan rating penilaian secara langsung melalui aplikasi yang disediakan dalam aplikasi online.

2) Tarif Jelas, Pasti dan Transparan

Taksi online umumnya mempunyai kalkulasi tarif pada setiap transaksi, yang dihitung dengan jarak minimum kilometer. Lebih dari jarak minimum yang ditentukan, maka penumpang akan dikenakan tambahan biaya. Jadi bagi para pengguna jasa taksi online tidak perlu repot menawar harga, dan tidak perlu takut untuk membayar dengan harga tinggi. Hal yang menarik penumpang adalah saat tarif promo diberlakukan, dimana perusahaan penyedia jasa taksi online menetapkan tarif flat yang rendah untuk jarak dekat ataupun jauh.

3) Praktis dan Mudah

Penggunaan aplikasi, membuat taksi online memudahkan calon penumpang dan tidak harus bingung mencari atau lama menunggu saat membutuhkan jasa taksi. Pelanggan cukup memesan melalui ponsel, maka pengendara taksi akan datang ke lokasi dimana pelanggan berada.

4) Menerima Pengiriman Barang

Taksi online menyediakan jasa pengiriman barang. Ini tentunya dapat diandalkan bila membutuhkan jasa pengiriman barang segera, di hari yang sama, dengan jumlah pengiriman barang melebihi kapasitas untuk dibawa ke wilayah yang terjangkau taksi online.

b. Kelemahan Taksi Online

Kelemahan mengenai taksi online ini adalah:

1) Tarif Harga Kurang Sesuai

Tarif dalam taksi online terkadang menguntungkan bagi penumpang namun tidak menguntungkan bagi pengemudi taksi online. Jarak yang cukup jauh terkadang membuat harga yang sudah ditetapkan oleh aplikasi online tidak sesuai jarak tempuh.

2) Cuaca Hujan

Cuaca hujan merupakan suatu kelemahan dalam taksi online karena ketika cuaca sedang hujan maka tarif harga yang dipesan pada aplikasi taksi online cukup mahal bahkan lebih mahal dari taksi konvensional.

3) Aplikasi *Error*

Aplikasi taksi online tidak selalu mengalami gangguan, namun apabila aplikasi tersebut *error* dan terjadi kesalahan membuat pelanggan serta pengemudi kesulitan untuk memesan ataupun menerima pesanan menjadi *error*.

4) Waktu jemput

Waktu jemput taksi online apabila rute awal penjemputan yang diterima pengemudi cukup jauh membuat waktu tunggu pelanggan menjadi cukup lama, namun masih bisa teratasi oleh pengemudi, dengan melewati rute terdekat pada aplikasi taksi online pengemudi.

5) Tidak Ada *Pool*

Tidak ada *pool* pada taksi online untuk berkumpul pada pemberhentian, membuat taksi online harus menunggu di tempat setelah mengantar pelanggannya, lalu menunggu pemesanan selanjutnya atau pengemudi bisa melanjutkan perjalanan ke tempat yang memungkinkan hadirnya pelanggan.

B. Tinjauan Tentang Taksi Konvensional

1. Teori Konsumsi

Konsumsi merupakan kegiatan menggunakan barang dan jasa untuk memenuhi kebutuhan hidup. Konsumsi adalah semua penggunaan barang dan jasa yang dilakukan manusia untuk memenuhi kebutuhan hidupnya. Barang dan jasa yang digunakan dalam proses produksi tidak termasuk

konsumsi, karena barang dan jasa itu tidak digunakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Barang dan jasa dalam proses produksi ini digunakan untuk memproduksi barang lain.

Tindakan konsumsi dilakukan setiap hari oleh siapapun, tujuannya adalah untuk memperoleh kepuasan setinggi-tingginya dan mencapai tingkat kemakmuran dalam arti terpenuhi berbagai macam kebutuhan, baik kebutuhan pokok maupun sekunder, barang mewah maupun kebutuhan jasmani dan kebutuhan rohani. Tingkat konsumsi memberikan gambaran tingkat kemakmuran seseorang atau masyarakat.³⁶

Pengertian kemakmuran disini adalah semakin tinggi tingkat konsumsi seseorang maka semakin makmur, sebaliknya semakin rendah tingkat konsumsi seseorang berarti semakin miskin. Konsumsi secara umum diartikan sebagai penggunaan barang-barang dan jasa yang secara langsung akan memenuhi kebutuhan manusia. Untuk dapat mengkonsumsi, seseorang harus mempunyai pendapatan, besar kecilnya pendapatan seseorang sangat menentukan tingkat konsumsinya.

2. Teori Kebijakan Publik Mengenai Transportasi

Kebijakan adalah sebuah instrumen pemerintah, bukan saja dalam arti *government* yang hanya menyangkut aparatur negara, melainkan pula *governance* yang menyentuh pengelolaan sumber daya publik. Kebijakan

³⁶ James Michael, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, (Jakarta: Ghalia, 2015), h. 49.

pada intinya merupakan keputusan-keputusan atau pilihan-pilihan tindakan yang secara langsung mengatur pengelolaan dan pendistribusian sumber daya alam, finansial dan manusia demi kepentingan publik, yakni rakyat banyak, penduduk, masyarakat atau warga negara.³⁷

Kebijakan merupakan hasil dari adanya sinergi, kompromi atau bahkan kompetisi antara berbagai gagasan, teori, ideologi dan kepentingan-kepentingan yang mewakili sistem politik suatu negara. Kriteria Transportasi Publik Sebagai sarana transportasi publik, maka transportasi harus memenuhi kriteria pelayanan publik. Mengungkapkan bahwa transportasi yang baik bagi pelayanan publik harus memenuhi tiga kriteria dasar, yaitu kenyamanan, keamanan, dan kecepatan.

Terobosan Penanganan Transportasi, Ketentuan pertama adalah kenyamanan, yaitu aspek kenyamanan harus dapat dirasakan oleh penumpang yang menggunakan jasa transportasi. Penumpang akan merasa nyaman di dalam sarana transportasi bila di sarana tersebut dilengkapi dengan berbagai fasilitas yang memberikan kenyamanan bagi penumpangnya, salah satunya adalah pendingin udara, kedap terhadap asap kendaraan bermotor, dan proses yang dijalani calon penumpang sebelum dan setelah berada dalam sarana transportasi.

³⁷ Todaro, Teori Kebijakan Ekonomi Pemerintah dalam Pandangan Modern. Terj. (Jakarta: Bina Aksara, 2014), h. 213.

Ketentuan kedua adalah keamanan, yaitu aspek rasa aman yang dirasakan oleh penumpang selama mendapatkan pelayanan transportasi. Beberapa indikator yang digunakan dalam mengukur rasa aman diantaranya adalah sistem tertutup dimana sarana transportasi tidak mudah diakses oleh pihak lain yang bukan penumpang. Pada kasus Taksi, termasuk di dalamnya adalah *pool* an atau terminal yang hanya diakses oleh penumpang yang sudah memesan taksi. Selain itu, adalah sistem naik dan turun penumpang.

Untuk menjaga keamanan, penumpang harus naik dan turun hanya pada tujuan rute yang telah ditetapkan oleh penumpang sejak awal, dan penumpang tidak dapat naik dan turun pada tempat selain halte dan terminal resmi. Dengan demikian, sistem tertutup ini dapat memberikan rasa aman bagi penumpang dari ancaman pencurian, pencopetan, perampokan, atau insiden-insiden lainnya yang mengancam keselamatan penumpang dalam menggunakan jasa transportasi. Ketentuan ketiga adalah kecepatan, yaitu ketentuan terpenuhinya waktu sampai ke tempat tujuan dengan cepat dan atau tepat. Ketentuan ini hanya dapat terpenuhi bila sarana transportasi didukung dengan pra sarana yang khusus, sebagai contoh adalah rel khusus yang dimiliki oleh kereta api. Sehingga dengan mengadopsi prasarana kereta api, maka pada transportasi taksi pun dapat diterapkan dengan membuat peraturan mengenai taksi baik online maupun konvensional yang kini terus berkembang dan bersaing mengikuti era modern sekarang ini.

Sarana transportasi massal yang dapat memenuhi ketiga ketentuan tersebut dapat dilakukan melalui konsep transportasi yang diterapkan oleh Pemerintah. Sarana transportasi ini, walaupun belum sempurna yang diharapkan pada ketiga faktor kebijakan publik mengenai transportasi namun telah memenuhi harapan masyarakat dalam mendapatkan pelayanan transportasi publik yang cepat, nyaman dan aman.

3. Pelayanan

Pelayanan pada dasarnya didefinisikan sebagai aktivitas seseorang, sekelompok organisasi baik langsung maupun tidak langsung untuk memenuhi kebutuhan. Moenir Mengatakan bahwa pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Standar dalam pelayanan adalah ukuran yang telah ditentukan sebagai suatu pembakuan pelayanan yang baik. Dalam standar pelayanan ini juga terdapat baku mutu pelayanan. Adapun mutu merupakan kondisi dinamis yang berhubungan dengan produk, jasa, manusia, proses dan lingkungan yang memenuhi atau melebihi harapan pihak yang menginginkan.³⁸

Taksi dikatakan berhasil apabila pelayanan yang diberikan kepada pelanggan sesuai dengan 5 komponen standar pelayanan, dan penumpang merasa puas dengan pelayanan tersebut. Keberhasilan tersebut dapat ditentukan oleh perilaku dan karakter para pengemudi Taksi Puspa Jaya. Pada era globalisasi ini, peran pelayanan terhadap pelanggan sangatlah

³⁸ M. Nur Rianto, *Loc.Cit*, Hlm 211.

penting, mengingat persaingan yang semakin ketat dalam dunia bisnis khususnya pada transportasi jasa yang ada di Lampung.

Pelayanan penumpang merupakan rangkaian kegiatan sikap dan perilaku pengemudi Taksi Puspa Jaya dalam memberikan pelayanan yang baik secara langsung ataupun tidak langsung. Dari beberapa pengertian di atas maka dapat disimpulkan sebagai berikut:³⁹

- a. Adanya rangkaian kegiatan pelayanan pengemudi baik berupa sikap dan perilaku.
- b. Komunikasi yang baik antara konsumen dengan pihak perusahaan Taksi Puspa Jaya.
- c. Kegiatan yang bertujuan untuk membantu melayani dan memberikan kepuasan pelanggan dalam memenuhi kebutuhan penumpang tersebut.

Jadi pelayanan pada dasarnya adalah kegiatan yang ditawarkan oleh organisasi atau perorangan kepada konsumen, yang bersifat tidak berwujud dan tidak dapat dimiliki. Adapun karakteristik pelayanan agar menjadi dasar, bagaimana memberikan pelayanan yang baik, yaitu:

- 1) Pelayanan bersifat tidak dapat diraba, pelayanan sangat berlawanan sifatnya dengan barang jadi.
- 2) Pelayanan itu kenyataannya terdiri dari tindakan nyata dan merupakan pengaruh yang sifatnya adalah tindakan sosial.

³⁹*Ibid*Hlm 214.

- 3) Produksi dan konsumsi dari pelayanan tidak dapat dipisahkan secara nyata, karena pada umumnya kejadiannya bersamaan dan terjadi di tempat yang sama.

Dari karakteristik di atas maka dapat dijadikan sebagai dasar perusahaan memberikan pelayanan terhadap pelanggannya. Pelayanan yang diberikan harus nyata dan merupakan tindakan yang langsung dirasakan oleh pelanggan, sehingga konsumen dapat merasakan secara langsung dan merasa puas dengan pelayanan yang diberikan.

Secara etimologi, pelayanan bisa diartikan sebagai usaha melayani kebutuhan orang lain. Pada dasarnya melayani adalah kegiatan yang bersifat tidak berwujud yang ditawarkan kepada konsumen atau pelanggan yang dilayani. Karakteristik melayani dinyatakan sebagai berikut: Sifatnya tidak bisa diraba, berlawanan sifatnya dengan produk barang jadi yang berwujud. Merupakan tindakan nyata, Kegiatan produksi dan konsumsi tidak dapat dipisahkan secara nyata.

Pelayanan oleh pemerintah dibedakan berdasarkan siapa yang menerima layanan tersebut, apakah pihak individu atau pihak kelompok. Kemudian konsep barang layanan terdiri dari barang privat (*private goods*) dan barang layanan kolektif (*public goods*). Pelayanan prima adalah suatu pola layanan terbaik dalam manajemen modern yang mengutamakan kepedulian terhadap pelanggan. Layanan prima di dalam dunia bisnis disebut juga sebagai *excellent service*. *Excellent service, customer service*,

dan *customer care* pada dasarnya adalah sama, hanya berbeda pada konsep pendekatannya saja. Namun yang paling penting dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan, minimal harus ada tiga hal pokok, yakni: peduli pada pelanggan, melayani dengan tindakan terbaik, dan memuaskan pelanggan dengan berorientasi pada standar layanan tertentu. Jadi, keberhasilan program pelayanan prima tergantung pada penyelarasan kemampuan, sikap, penampilan, perhatian, tindakan, dan tanggung jawab dalam pelaksanaannya sederhana.

Pelayanan prima (*excellent service*) adalah pelayanan yang memenuhi standar kualitas yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan. Sehingga dalam pelayanan prima terdapat dua elemen penting yang saling berkaitan yaitu pelayanan dan kualitas. Kualitas pelayanan sendiri memiliki beberapa definisi yang dikemukakan oleh beberapa ahli. Namun dari beberapa definisi yang dikemukakan, terdapat beberapa kesamaan, yakni:

- a) Kualitas merupakan usaha untuk memenuhi harapan pelanggan.
- b) Kualitas merupakan kondisi mutu yang setiap saat mengalami perubahan.
- c) Kualitas mencakup proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan.
- d) Kualitas merupakan suatu kondisi dinamis yang berhubungan dengan proses, produk, barang, jasa, manusia, dan lingkungan, yang memenuhi harapan.

Kualitas pelayanan memiliki dimensi-dimensi seperti: Kecepatan waktu pelayanan, Akurasi/ ketepatan pelayanan, Kesopanan dan keramahan pelaku usaha, Tanggung jawab dalam menangani komplain pelanggan, Jumlah petugas yang melayani dan fasilitas pendukung lainnya.

Kualitas pelayanan yang berkaitan dengan lokasi pelayanan, ketersediaan informasi, dan petunjuk/ panduan lainnya. Kualitas pelayanan yang berhubungan dengan kenyamanan, fasilitas, dan teknologi, dan lain-lain. Sebagai perbandingan, berikut adalah definisi layanan prima (*excellent service*) yang diungkapkan oleh para pelaku usaha: Membuat pelanggan merasa penting, Melayani dengan ramah, tepat, dan cepat, Pelayanan yang mengutamakan kepuasan pelanggan, Menempatkan pelanggan sebagai mitra, Pelayanan optimal yang menghasilkan kepuasan pelanggan.

4. Konsep jasa

Jasa sering dipandang sebagai suatu fenomena yang rumit. Kata jasa (*service*) itu sendiri mempunyai banyak arti, mulai dari pelayanan pribadi (*personal service*) sampai jasa sebagai suatu produk.⁴⁰ Definisi jasa sebagai berikut: Setiap tindakan atau kegiatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, pada dasarnya tidak berwujud dan tidak mengakibatkan kepemilikan apapun. Produksi jasa bisa berkaitan dengan produk fisik atau sebaliknya. Produk jasa memiliki karakteristik yang berbeda dengan produk barang (fisik) karakteristik jasa sebagai berikut:

⁴⁰ Lupiyoadi, Rambat. *Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salemba Empat (2014): 1-40.

a. *Intangibility* (tidak berwujud)

Jasa tidak dapat dilihat, dirasa, diraba, didengar, atau dicium sebelum jasa itu dibeli. Nilai penting dari hal ini adalah nilai tidak berwujud yang dialami konsumen dalam bentuk kenikmatan, kepuasan, atau kenyamanan.

b. *Untorability* (tidak dapat disimpan)

Jasa tidak mengenal persediaan atau penyimpanan dari produk yang telah dihasilkan. Karakteristik ini disebut juga *inseparability* (tidak dapat dipisahkan), mengingat pada umumnya jasa di hasilkan dan dikonsumsi secara bersamaan.

c. *Customization* (Kustomisasi)

Jasa sering kali didesain khusus untuk memenuhi kebutuhan pelanggan. Jasa atau pelayanan merupakan suatu kinerja penampilan, tidak berwujud, tidak dapat disimpan, dan cepat hilang. Kondisi dan cepat lambatnya pertumbuhan jasa sangat bergantung pada penelitian konsumen terhadap kinerja yang ditawarkan oleh pihak pemberi jasa.⁴¹

5. Konsep Pelayanan Taksi Konvensional

Konsep pelayanan sebuah institusi pelayanan memiliki hubungan terhadap pelanggan, manajemen kualitas mengisyaratkan kepuasan pelanggan tercermin dari kualitas pelayanan yang diberikan. Istilah kualitas pelayanan memiliki berbagai definisi yang berbeda, kualitas terdiri dari

⁴¹*Ibid*, hlm 35

sejumlah keistimewaan produk, baik keistimewaan langsung maupun keistimewaan atraktif yang memenuhi keinginan pelanggan dan dengan demikian memberikan kepuasan atas penggunaan produk itu atau dapat dikatakan bahwa kualitas terdiri dari segala sesuatu yang bebas dari kekurangan atau kerusakan.⁴² Faktor yang digunakan oleh konsumen untuk mengukur kualitas jasa adalah:⁴³

1) *Professionalism and skills*

Kriteria ini berhubungan dengan outcome yaitu tingkat kepuasan pengunjung. Pelanggan menyadari bahwa jasa pelayanan kesehatan dihasilkan oleh SDM (Sumber Daya Manusia) yang memiliki pengetahuan dan keterampilan profesional yang berbeda.

2) *Attitudes and behavior*

Kriteria, sikap dan perilaku staf akan berhubungan dengan proses pelayanan. Pelanggan institusi jasa pelayanan akan merasakan puas apabila dari pihak taksi sudah melayani mereka dengan baik sesuai SOP (Standar Operasional Prosedur) pelayanan.

3) *Accessibility and flexibility*

Kriteria penilaian ini berhubungan dengan proses pelayanan. Pengguna jasa pelayanan akan merasakan bahwa institusi penyedia pelayanan jasa, lokasi, jam kerja, dan sistemnya dirancang dengan baik untuk

⁴²Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya, Efendi, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta : Penerbit ANDI, 2015, Hlm 301.

⁴³*Ibid*, Hlm 303

memudahkan para pengguna mengakses pelayanan sesuai dengan kondisi pengguna jasa (fleksibilitas), yaitu disesuaikan dengan kepentingan serta kebutuhan pengunjung, jarak yang harus ditempuh, dan tarif pelayanan.

4) *Reliability and trustworthiness*

Kriteria penilaian ini juga berhubungan dengan proses pelayanan. Penggunaan jasa pelayanan kesehatan memahami risiko yang mereka hadapi jika memilih jasa pelayanan yang ditawarkan.

5) *Recovery*

Pelanggan memang menyadari kalau ada kesalahan atau resiko akibat tindakan pengemudi tetapi para pengguna jasa pelayanan mempercayai bahwa institusi penyedia jasa pelayanan sudah melakukan perbaikan (*recovery*) terhadap kualitas pelayanan yang ditawarkan kepada publik untuk mengurangi risiko yang akan diterima pengguna taksi.

6) *Reputation and credibility*

Kriteria ini berhubungan dengan imej. Pelanggan akan menyakini benar bahwa institusi penyedia jasa pelayanan taksi memang memiliki reputasi baik, dapat dipercaya, dan mempunyai nilai (*rating*) tinggi di bidang pelayanan jasa.

Kesimpulan tentang konsep pelayanan adalah sesuatu yang selalu berfokus kepada pelanggan (*customer focused quality*), sehingga produk barang dan

jasa didesain, diproduksi, serta pelayanan yang diberikan dilakukan untuk memenuhi keinginan pelanggan.

6. Perilaku Konsumen

a. Definisi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen merupakan suatu studi mengenai seorang individu membuat keputusan untuk mengalokasikan sumber daya yang tersedia (waktu, uang, usaha, dan energi). Konsumen memiliki keragaman menarik untuk dipelajari karena seluruh individu dari berbagai usia, latar belakang budaya, pendidikan, dan keadaan sosial ekonomi lainnya. Oleh karena itu, sangatlah penting untuk mempelajari bagaimana konsumen berperilaku dan faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi perilaku tersebut.⁴⁴

Definisi perilaku konsumen yaitu studi bagaimana individu, kelompok organisasi memilih, membeli, menggunakan dan menempatkan barang, jasa, ide atau pengalaman untuk memuaskan keinginan kebutuhan mereka. Definisi perilaku konsumen yaitu perilaku konsumen menggambarkan cara individu mengambil keputusan untuk memanfaatkan sumber daya mereka yang tersedia (waktu, uang, usaha) guna membeli barang-barang yang berhubungan dengan konsumsi.

⁴⁴taniajunianti.blogspot.co.id/2014/01/tugas-makalah-perilaku-konsumen.html diakses pada tanggal 25 Februari 2018 pada pukul 22.13 Wib.

Dari dua pengertian tentang perilaku konsumen di atas dapat diperoleh dua hal yang penting, yaitu sebagai kegiatan fisik dan sebagai proses pengambilan keputusan. Berdasarkan beberapa definisi yang telah disebutkan di atas dapat disimpulkan bahwa perilaku konsumen adalah semua kegiatan, tindakan, serta proses psikologis yang mendorong tindakan tersebut pada saat sebelum membeli, ketika membeli, menggunakan, menghabiskan produk dan jasa setelah melakukan hal-hal di atas atau kegiatan mengevaluasi.

b. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Perilaku Konsumen

Perilaku konsumen sangat dipengaruhi oleh keadaan dan situasi lapisan masyarakat dimana ia dilahirkan dan berkembang. Ini berarti konsumen berasal dari lapisan masyarakat atau lingkungan yang berbeda akan mempunyai penilaian, kebutuhan, pendapat, sikap, dan selera yang berbeda-beda, sehingga pengambilan keputusan dalam tahap pembelian akan dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor yang mempengaruhi perilaku konsumen terdiri dari:⁴⁵

1) Faktor Kebudayaan

Faktor kebudayaan berpengaruh luas dan mendalam terhadap perilaku konsumen. Faktor kebudayaan terdiri dari: budaya, sub budaya, kelas sosial.

⁴⁵ Setiadi, Nugroho J. *Loc, Cit.* Hlm 6.

2) Faktor Sosial

Selain faktor budaya, perilaku seorang konsumen dipengaruhi oleh faktor-faktor sosial seperti kelompok acuan, keluarga serta status sosial.

3) Faktor Pribadi

Faktor pribadi yang memberikan kontribusi terhadap perilaku konsumen terdiri dari: usia dan tahap siklus hidup, pekerjaan dan lingkungan ekonomi, gaya hidup, kepribadian dan konsep diri.

4) Faktor Psikologis

Pilihan pembelian seseorang dipengaruhi oleh empat faktor psikologi utama yaitu motivasi, persepsi, pembelajaran, serta keyakinan dan pendirian.

7. Konsep Kepuasan Pelanggan

a. Pengertian Kepuasan Pelanggan

Kepuasan adalah suatu keadaan yang dirasakan oleh seseorang pelanggan setelah ia mengalami sesuatu tindakan atau hasil dari tindakan yang sesuai dengan harapan. Banyak manfaat yang diterima oleh perusahaan dengan tercapainya tingkat kepuasan pelanggan yang tinggi. Dimana faktor utama penentu kepuasan pelanggan adalah persepsi pelanggan terhadap kualitas jasa. Definisi kepuasan pelanggan yaitu perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah

membandingkan kinerja hasil produk yang dipikirkan terhadap kinerja atau hasil yang diharapkan.⁴⁶

Untuk memahami kepuasan, kita harus memahami bagaimana orang membentuk harapannya. Harapan dibentuk atas dasar pengalaman masa lalu seseorang dengan situasi yang sama, pernyataan dari teman atau kerabat yang lainnya, dan pernyataan dari perusahaan taksi dimana pelanggan memesan. Jadi dapat/ tidaknya perusahaan taksi memuaskan pelanggan-pelanggannya tidak hanya ditentukan oleh kinerjanya, tetapi juga oleh harapan yang diciptakannya.

Jika sebuah perusahaan taksi menciptakan harapan yang terlalu tinggi, maka kemungkinan ia akan tidak memuaskan pelanggan Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung. Jadi dapat diartikan bahwa kepuasan pelanggan adalah tingkat perasaan pelanggan setelah membandingkan antara harapan sebelum memakai jasa layanan yang diberikan perusahaan dengan hasil yang telah dirasakan oleh pelanggan dari kinerja atau manfaat yang digunakan oleh perusahaan tersebut.

b. Cara Mengukur Kepuasan Pelanggan

Ada tiga cara Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung untuk mengukur kepuasan pelanggan yaitu:

⁴⁶ Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran*, Hlm. 192.

- 1) Menampung keluhan dan saran, Banyak cara yang dilakukan dalam hal ini. Misalnya dengan menyediakan kotak saran, membagikan formulir tanggapan/ komentar kepada konsumen tertentu, membentuk unit/ tim pengaduan, membentuk komite pengawas karyawan, dan lain-lain.
- 2) Menyelenggarakan evaluasi untuk membahas hal-hal yang sudah baik dan kekurangan-kekurangan dari Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung.
- 3) Menyelenggarakan survei kepuasan pelanggan, cara ini merupakan pelengkap bagi cara-cara lain tersebut di atas. Cara ini dapat dilakukan sendiri oleh perusahaan Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung.

Dengan menggunakan tiga cara mengukur kepuasan pelanggan ini dapat membantu pihak perusahaan dalam memberikan kualitas pelayanannya kepada pelanggan. Pihak Taksi Puspa Jaya dapat mengevaluasi dan memperbaiki pelayanan apa yang dianggap kurang dari saran-saran pelanggan.

8. Kelebihan dan Kelemahan Taksi Konvensional

a. Kelebihan Taksi Konvensional

Kelebihan mengenai taksi konvensional ini adalah:

1) Asuransi

Asuransi salah satu jaminan keselamatan yang dimiliki taksi konvensional, karena taksi konvensional sudah mendaftarkannya di lembaga asuransi terkait, jika terjadi hal-hal yang tidak diinginkan oleh pelanggan maupun pengemudi misalnya terjadi kecelakaan.

2) *Pool*

Salah satu kelebihan taksi konvensional untuk berkumpul pada pemberhentian, sehingga taksi konvensional harus kembali ke tempat setelah mengantar pelanggannya, lalu menunggu pesanan selanjutnya di *pool*.

3) Selalu Ada di tempat Krusial

Taksi konvensional selalu ada di tempat yang krusial seperti bandara, stasiun, terminal dan lain-lain. Kehadiran taksi konvensional di tempat-tempat krusial membuat kemudahan bagi penumpang yang baru saja tiba di tempat destinasi kota yang mereka datangi.

4) Reservasi Pemesanan

Reservasi pemesanan taksi konvensional dapat di pesan jauh-jauh hari melalui via telepon agen, bagi pelanggan yang memiliki keperluan mendadak dan sibuk agar tidak kewalahan mencari angkutan taksi pada saat dibutuhkan.

b. Kelemahan taksi konvensional

Kelemahan mengenai taksi konvensional ini adalah:

1) Tarif Mahal

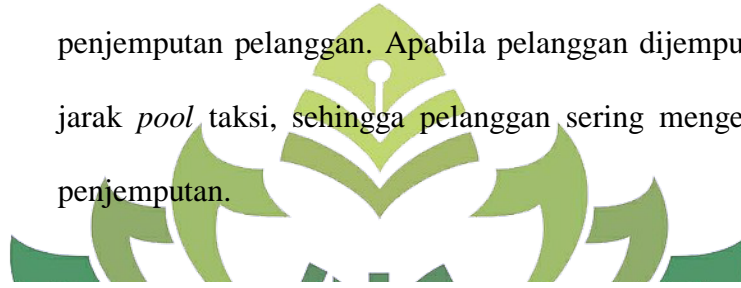
Tarif mahal pada taksi konvensional dihitung melalui argo, membuat setiap perjalanan kilometer yang dilewati taksi menjadi perhitungan dalam biaya perjalanan tersebut menjadi mahal.

2) Cara pemesanan

Cara pemesanannya kurang variatif tidak seperti taksi online yang sudah mengandalkan teknologi masa kini, taksi konvensional tidak menggunakan aplikasi online, dan cara pemesanannya hanya bisa melalui via telepon atau langsung ke agen.

3) Waktu penjemputan

Waktu penjemputan pelanggan terkadang harus mengawalinya dari tempat *pool* an yang cukup memakan banyak waktu untuk ke tempat penjemputan pelanggan. Apabila pelanggan dijemput cukup jauh dari jarak *pool* taksi, sehingga pelanggan sering mengeluh di pelayanan penjemputan.



C. Standar Operasional Prosedur Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional Perusahaan Taksi Puspa Jaya.

Standar operasional prosedur (SOP) pada pelayanan taksi online dan taksi konvensional yang ada di perusahaan taksi Puspa Jaya, yaitu:

1. Selalu melakukan perawatan kendaraan armada taksi Puspa Jaya seperti: cek aki, oli, air wiper, tekanan ban dan coolant radiator sebelum memulai kerja.
2. Selalu bersihkan mobil setiap sebelum memulai trip (Interior & eksterior). Cuci mobil jika sudah kotor. Untuk kenyamanan penumpang jangan lupa untuk memasang parfum mobil, menyediakan tisu, air mineral, permen dan tempat sampah di dalam mobil.

3. Hindari jalan yang tergenang banjir, gang sempit dan wilayah rawan kejahatan. Jika penumpang memaksa jelaskan secara baik dan sopan. Jika tetap memaksa batalkan trip dan lapor ke *Customer Service*.
4. Pengemudi dilarang merokok di dalam mobil. Tegur secara baik dan sopan, jika pengemudi tidak bersedia mematikan rokok, batalkan trip dan lapor ke *Customer Service*. Mobil yang bau rokok tidak disukai kebanyakan penumpang jadi bisa dipastikan akan berakibat menurunnya rating *driver*.
5. Pastikan pengemudi tidak membawa barang-barang terlarang (Minuman beralkohol, senjata tajam atau api, barang-barang gelap atau bajakan) demi keamanan pribadi dan menghindari kesalahpahaman dengan pihak berwajib. laporkan pengemudi jika perlu.
6. Pastikan jumlah penumpang tidak melebihi 6 orang demi kenyamanan dan keamanan bersama. Jika lebih dari 6 sarankan dengan sopan untuk memesan order baru.
7. Di waktu pagi (Jam berangkat kantor) biasakan untuk berhenti di daerah pinggiran kota karena banyak penumpang yang kerja di pusat kota dan di waktu sore, biasakan sudah berada di pusat kota untuk mencari penumpang yang pulang kerja menuju pinggiran kota.
8. Biasakan untuk berhenti di daerah bebas biaya parkir seperti di pom bensin, mushola, masjid, ruang publik (Taman atau kawasan hijau), pinggir jalan (Pastikan tidak ada rambu larangan berhenti atau parkir) yang dekat dengan

pusat keramaian seperti mall, terminal, tempat hiburan, sekolah dan universitas. Cari tahu jam-jam ramainya masing-masing tempat. Waktu pemberhentian max 15 menit, jika tidak ada order segera pindah tempat.

9. Hati-hati menerima order yang tidak lazim (No. hp tidak bisa dihubungi, titik jemput di tempat sepi atau rawan kejahatan atau jarak trip terlalu jauh) khususnya di malam hari. Pastikan ID pemesan order sama dengan orang yang dijemput. Tanyakan alasannya jika memang orang lain yang memesan (perhatikan jawaban penumpang apakah berbohong atau memberi alasan yang tidak masuk akal).
10. Jika *driver* sering mengemudi sampai malam, sangat disarankan untuk memiliki alat-alat perlindungan diri yang bebas izin seperti *pepper spray*, *stun knuckel*, *stun gun* atau *flash gun*, dan pakai rompi anti peluru jika dirasa perlu.
11. Untuk kawasan bandara harus ekstra hati-hati. Jika ada order menuju bandara, klik *drop off* penumpang sesaat sebelum masuk kawasan bandara supaya order baru bisa masuk jadi tidak perlu mangkal atau keliling bandara terlalu lama yang bisa mengundang kecurigaan pihak *security* bandara. Setelah menerima order segera parkir di tempat parkir yang terdekat dengan lokasi penjemputan, simpan no. hp pengemudi untuk melihat fotonya di *whatsApp* lalu temui pengemudi dengan berjalan kaki. Jika penumpang tidak mencurigakan (Membawa tas travel atau tidak ada *security* berada di

dekatnya) bisa langsung jemput. Bantu bawaan barang bawaan penumpang untuk menghindari kecurigaan *security*. Jika ternyata pengemudi menerima orderan fiktif segera batalkan order an dan pindah tempat.

12. Jika terpaksa harus menunggu di bandara, biasakan untuk parkir di tempat parkir terdekat dengan terminal kedatangan dan jangan menunggu di mobil tapi di tempat istirahat bandara atau tempat makan. Usahakan untuk menunggu di jam-jam kedatangan. Hidupkan aplikasi *driver* hanya di jam-jam kedatangan penumpang yang baru tiba dari pesawat tersebut.
13. Selalu bersikap sopan dan bersahabat terhadap pengemudi walaupun pengemudi menyebalkan dan angkuh. Saling menghormati satu sama lain demi kenyamanan bersama. Jika kita sudah bersikap baik dan sopan namun pengemudi tetap bersikap menyebalkan dan angkuh, segera laporkan pengemudi ke CS agar akun pengemudi diblokir.
14. Jika sudah memberikan layanan yang memuaskan, biasakan untuk mengingatkan penumpang untuk memberi rating supir untuk meningkatkan mutu pelayanan taksi online maupun taksi konvensional perusahaan taksi Puspa Jaya.⁴⁷

⁴⁷ Sumber: Perusahaan Taksi Puspa Jaya Bandar Lampung

D. Perspektif Ekonomi Islam

1. Konsumsi dalam Perspektif Ekonomi Islam

Menurut Islam, anugerah-anugerah Allah adalah milik semua manusia. Suasana yang menyebabkan sebagian diantara anugerah-anugerah itu berada di tangan orang-orang tertentu tidak berarti bahwa mereka dapat memanfaatkan anugerah-anugerah itu untuk mereka sendiri.

Orang lain masih berhak atas anugerah-anugerah tersebut walaupun mereka tidak memperolehnya. Selain itu, perbuatan untuk memanfaatkan atau mengkonsumsi barang-barang yang baik itu sendiri dianggap sebagai kebaikan dalam Islam.

Sebab kenikmatan yang dicipta Allah untuk manusia adalah ketaatan kepada-Nya. Etika ilmu ekonomi Islam berusaha untuk mengurangi kebutuhan material yang luar biasa sekarang ini, untuk mengurangi energi manusia dalam mengejar cita-cita spiritualnya. Dalam ekonomi Islam konsumsi dikendalikan oleh lima prinsip dasar sebagai berikut:

a. Prinsip Keadilan

Syarat ini mengandung arti ganda yang penting mengenai mencari rezeki secara halal dan tidak dilarang hukum. Dalam soal makanan dan minuman, yang terlarang adalah darah, daging binatang yang telah mati sendiri, daging babi, dan daging binatang yang ketika disembelih diserukan nama selain Allah.

b. Prinsip Kebersihan

Syarat yang kedua ini tercantum dalam Al-Qur'an maupun As-Sunnah tentang makanan. Harus baik atau cocok untuk dimakan, tidak kotor ataupun menjijikkan sehingga merusak selera. Karena itu, tidak semua yang diperkenankan boleh dimakan dan diminum dalam semua keadaan. Dari semua yang diperbolehkan makan dan minumlah yang bersih dan bermanfaat.

c. Prinsip Kesederhanaan

Prinsip ini mengatur perilaku manusia mengenai makanan dan minuman adalah sikap tidak berlebih-lebihan, yang berarti janganlah makan secara berlebih.

d. Prinsip Kemurahan Hati

Dengan mentaati perintah Islam tidak ada bahaya maupun dosa ketika kita memakan dan minum makanan halal yang disediakan Tuhan karena kemurahan hati-Nya. Selama maksudnya adalah untuk kelangsungan hidup dan kesehatan yang lebih baik dengan tujuan menunaikan perintah Tuhan dengan keimanan yang kuat dalam tuntunan-Nya, dan perbuatan adil sesuai dengan itu, yang menjamin persesuaian bagi semua perintah-Nya.

e. Prinsip Moralitas

Bukan hanya mengenai makan dan minuman langsung tetapi dengan tujuan terakhirnya, yakni untuk peningkatan atau kemajuan nilai-nilai moral dan spiritual. Seorang muslim diajarkan untuk menyebut nama Allah sebelum

makan dan menyatakan terima kasih kepada-Nya setelah makan. Dengan demikian ia akan merasakan kehadiran Ilahi pada waktu memenuhi keinginan-keinginan fisiknya. Hal ini penting artinya karena Islam menghendaki perpaduan nilai-nilai hidup material dan spiritual yang berbahagia.⁴⁸

2. Pelayanan Menurut Ekonomi Islam

Dalam Islam telah mengangkat kerja pada level kewajiban religius yang digandengkan dengan iman. Hubungan antara iman dan amal (kerja) itu sama dengan hubungan antar pohon dengan akar, yang salah satunya tidak mungkin eksis tanpa adanya yang lain. Islam tidak mengakui dan mengingkari sebuah keimanan yang tidak membuahkan perilaku yang baik. Islam mengajarkan kepada umat manusia agar dalam memberikan pelayanan harus sesuai dengan prinsip-prinsip Ekonomi Islam yakni bersifat profesional, amanah, memelihara etos kerja. penjelasannya sebagai berikut:

a. Bersikap Profesional

Bagi seseorang yang telah memiliki tanggung jawab dalam hidupnya, bekerja merupakan kebutuhan hidup yang hukumnya wajib, ini karena bekerja sama mulianya dengan melaksanakan ibadah lainnya seperti shalat, haji atau membayar zakat. Dalam banyak keterangan, Allah

⁴⁸ Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005), h. 92-95.

SWT sangat menghargai orang yang giat bekerja karena itu berarti ia telah menunaikan salah satu kewajiban.

“Sesungguhnya, Allah telah mewajibkan atas kalian berusaha (bekerja) maka hendaklah kalian berusaha.” (HR. Thabrani)

Selain memerintahkan bekerja, Islam juga menuntun setiap muslim agar dalam bekerja di bidang apapun harus bersikap profesional. Inti dari ini setidaknya dicirikan oleh tiga hal :

- 1) Kafa'ah, yaitu cakap atau ahli dalam bidang pekerjaan yang dilakukan
- 2) Himmatul-'amal, yakni memiliki semangat atau etos kerja yang tinggi.
- 3) Amanah, yaitu bertanggung jawab dan terpercaya dalam menjalankan setiap tugas atau kewajiban.

Dalam memberikan pelayanannya perusahaan taksi Puspa Jaya harus mencakup terhadap ketiga ciri di atas supaya pelanggan dapat merasa puas dengan hasil pelayanan yang diberikan.

b. Bersikap Amanah

Seorang muslim yang telah memiliki sifat profesional haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercaya dan bertanggung jawab. Rasulullah SAW memerintahkan setiap muslim untuk selalu menjaga amanah yang diberikan kepadanya, *“Tunaikanlah amanat terhadap orang yang mengamanatimu dan janganlah berkhianat terhadap orang yang*

mengkhiranatimu”(HR. Ahmad dan Abu Dawud). Rasulullah SAW menggambarkan orang-orang yang tidak memegang amanah sebagai bukan orang yang beriman dan tidak memiliki agama, bahkan lebih jauh lagi, orang-orang yang selalu melanggar amanah digambarkan sebagai orang munafik. *“Tidak beriman orang yang tidak memegang amanah dan tidak ada agama orang yang tidak menepati janji.”* (HR. Ad- Dailami). Oleh karena itu sikap amanah mutlak harus dimiliki oleh seorang pebisnis muslim. Sikap itu bisa dimiliki jika dia selalu menyadari bahwa apapun aktivitas yang dilakukan termasuk pada saat dia bekerja selalu diketahui oleh Allah SWT.

c. Memelihara Etos Kerja/ Bersungguh-sungguh

Selain memiliki kecakapan (kafa'ah) dan sifat amanah, seseorang dikatakan profesional jika seseorang bekerja secara semangat dan bersungguh-sungguh. Dia juga harus memiliki etos kerja (himmatul'amal) yang tinggi. Dorongan utama seseorang muslim dalam bekerja adalah bahwa aktivitas kerjanya itu dalam pandangan islam merupakan bagian dari ibadah, karena bekerja merupakan pelaksanaan salah satu kewajiban, dan hasil usaha yang diperoleh seorang muslim dari kerja kerasnya dinilai sebagai penghasilan yang mulia. *“Tidaklah seorang diantara kamu makan suatu makanan lebih baik dari pada memakan dari hasil keringatnya sendiri.”* (HR. Baihaqi). Hadist di atas menyimpulkan bahwa dalam memenuhi kebutuhan hidup seseorang harus berusaha untuk dapat

memenuhi kebutuhannya. Dalam memenuhi kebutuhannya diperlukan semangat yang tinggi dan bersungguh-sungguh.

3. Kepuasan Pelanggan dalam Ekonomi Islam

Kepuasan konsumen dalam pandangan syariah adalah tingkat perbandingan antara harapan terhadap produk atau jasa yang seharusnya sesuai syariah dengan kenyataan yang diterima. Adapun pedoman dalam mengukur tingkat kepuasan yang dirasakan konsumen, maka sebuah perusahaan baik yang memproduksi produk maupun jasa harus melihat kinerja perusahaan yang berkaitan dengan:⁴⁹

a) Sifat Jujur

Seorang personel harus memiliki sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dengan personel tersebut baik dari internal maupun eksternal.

Allah SWT berfirman dalam surat An- Nahl Ayat 105 yang berbunyi:

إِنَّمَا يَفْتَرِى الْكَاذِبُ الَّذِينَ لَا يُؤْمِنُونَ بِآيَاتِ اللَّهِ وَأُولَئِكَ هُمُ الْكَاذِبُونَ ﴿١٠٥﴾

Artinya: Sesungguhnya yang mengada-adakan kebohongan, hanyalah orang-orang yang tidak beriman kepada ayat-ayat Allah, dan mereka Itulah orang-orang pendusta.

Dari ayat di atas maka seorang personel harus bersikap jujur karena dengan adanya kejujuran dan tidak berbohong terhadap sesuatu maka tidak adanya dusta yang tersembunyi yang dilakukan oleh pengemudi kepada pelanggan, perusahaan dan juga Allah SWT.

⁴⁹ Karim, Adiwarman A. "Ekonomi Makro Islam Edisi Kedua." Jakarta: PT Rajagrafindo

b) Sifat Amanah

Seorang muslim yang profesional haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercaya dan bertanggung jawab. Allah SWT berfirman dalam surat An-Nisa ayat 58 yang berbunyi:

﴿إِنْ بِالْعَدْلِ تَحْكُمُوا أَنْ النَّاسَ بَيْنَ حَكْمَتِكُمْ وَإِذَا أَهْلُهَا إِلَى الْأَمْنِ تَتَوَدُّوْنَ أَنْ يَأْمُرَكُمْ اللَّهُ أَنْ﴾
 ﴿بَصِيرًا سَمِعًا كَانَ اللَّهُ إِنْ بِهِ يَعِظُكُمْ نِعَمًا اللَّهُ﴾

Artinya: Sesungguhnya Allah menyuruh kamu menyampaikan amanat kepada yang berhak menerimanya, dan (menyuruh kamu) apabila menetapkan hukum di antara manusia supaya kamu menetapkan dengan adil. Sesungguhnya Allah memberi pengajaran yang sebaik-baiknya kepadamu. Sesungguhnya Allah adalah Maha mendengar lagi Maha Melihat.

Dari ayat di atas maka sebuah perusahaan harus menjelaskan ciri-ciri kualitas pelayanan yang akan diberikan dan biaya yang akan digunakan kepada pelanggan. Ini dilakukan agar konsumen dapat memahami dan mengerti sehingga konsumen merasa puas dan tidak ragu dengan produk/ jasa yang akan diterimanya.

c) Benar

Maksud dari benar ini adalah tidak adanya dusta dalam berkomitmen memberikan pelayanan baik produk/ jasa kepada pelanggan. Allah SWT berfirman dalam surat At-Taubah ayat 119 yang berbunyi:

﴿يَا أَيُّهَا الَّذِينَ ءَامَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَكُونُوا مَعَ الصَّادِقِينَ﴾

Artinya: Hai orang-orang yang beriman bertakwalah kepada Allah, dan hendaklah kamu bersama orang-orang yang benar.

Dari ayat di atas maka pelayanan harus bersifat benar artinya suatu hal yang sudah pasti benar terjadi dalam memberikan pelayanan baik produk/ jasa kepada pelanggan.

d) Berbuat Baik Terhadap Sesama dan Tidak Saling Membedakan

Konsep Islam mengajarkan bahwa kita sebagai umat muslim harus berbuat baik kepada sesama. Hal ini tampak dalam Al-Quran surat Al-Qashash ayat 77, yang menyatakan bahwa:

وَابْتَغِ فِيمَا آتَاكَ اللَّهُ الدَّارَ الْآخِرَةَ ۚ وَلَا تَنْسَ نَصِيبَكَ مِنَ الدُّنْيَا ۚ وَأَحْسِنَ
كَمَا أَحْسَنَ اللَّهُ إِلَيْكَ ۚ وَلَا تَبْغِ الْفُسَادَ فِي الْأَرْضِ ۚ إِنَّ اللَّهَ لَا يُحِبُّ الْمُفْسِدِينَ



Artinya: Dan carilah pada apa yang Telah dianugerahkan Allah kepadamu (kebahagiaan) negeri akhirat, dan janganlah kamu melupakan bahagianmu dari (kenikmatan) duniawi dan berbuat baiklah (kepada orang lain) sebagaimana Allah Telah berbuat baik, kepadamu, dan janganlah kamu berbuat kerusakan di (muka) bumi. Sesungguhnya Allah tidak menyukai orang-orang yang berbuat kerusakan.

Dari ayat di atas mengajarkan kepada kita untuk berbuat baik kepada sesama manusia dengan tidak melihat pangkat, keturunan, ataupun hartanya, dapat juga disamakan dengan berbuat baik dalam pelayanan yang diberikan. Dalam masalah pelayanan juga dapat diartikan melayani dengan rendah hati dan tidak sombong.

E. Penelitian Terdahulu

Ada beberapa penelitian terdahulu terkait dengan penelitian ini adalah:

1. Rifaldi, Kadunci dan Sulistyowati melakukan penelitian di tahun 2016 yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta”.⁵⁰ Hasil penelitian adalah kualitas pelayanan transportasi online *GO-jek* berpengaruh terhadap kepuasan konsumen. Pihak *Gojek* lebih meningkatkan kualitas pelayanan dan memperhatikan kepuasan pelanggan agar para pelanggan menjadi setia menggunakan jasa Gojek dan para pelanggan gojek memberikan masukan yang obyektif kepada pihak Gojek demi kemajuan Gojek. Kesimpulan dalam penelitian ini yaitu meningkatnya kualitas pelayanan membuat pelanggan merasakan kepuasan tersendiri menggunakan jasa transportasi, pelanggan memberikan respon positif untuk kemajuan perusahaan. Kepuasan konsumen diterima agar tolak ukur dalam perusahaan dapat mengalami kemajuan positif. Penelitian ini hanya membahas kualitas pelayanan transportasi online Gojek (variabel bebas) dan kepuasan konsumen (variabel terikat) yang mengalami kemajuan baik dalam segi kualitas pelayanan maupun perusahaan.
2. Deddy Setyawan Wicaksono, melakukan penelitian di tahun 2010 dengan judul “Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Untuk

⁵⁰Rifaldi, Kadunci Dan Sulistyowati Politeknik Negeri Jakarta, 2016. Yang berjudul “Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta”.

Meningkatkan Loyalitas (Studi Pada Pt. Blue Bird Pusaka Di Semarang)”.⁵¹

Berdasarkan hasil penelitian ini untuk meningkatkan kesesuaian harapan pelanggan dan kinerja perusahaan atas kualitas pelayanan meningkatkan loyalitasnya dilakukan melalui pelatihan dan motivasi kepada *driver* dengan sebelumnya telah diseleksi pada saat perekrutan karyawan. Pelatihan kepada pengemudi dapat meningkatkan loyalitas pelanggan karena pengemudi diajarkan untuk mengendarai kendaraan sesuai prosedur harapan pelanggan dan kinerja perusahaan. Pelatihan diberikan agar pengemudi menjaga loyalitas jasa yang diberikan sesuai harapan pelanggan juga kinerja perusahaan jasa transportasi taksi. Penelitian ini hanya membahas kepuasan pengguna jasa transportasi taksi (variabel bebas) dan meningkatkan loyalitas (variabel terikat).

3. Sharena Ghalib dari Universitas Brawijaya membuat penelitian di tahun 2013 yang berjudul “Efisiensi Transportasi Masa Kini Untuk Meminimalisasi Konflik Persaingan”.⁵² Hasil penelitian mengenai penambahan jumlah *pool* yang menyebar di tempat-tempat yang strategis yang belum ada *pool* taksi perusahaan pesaing guna meminimalisasi konflik. Secara bertahap armada dilengkapi dengan *Global Positioning System (GPS)* untuk mengefisiensikan waktu dan rute serta memberikan sanksi yang berat kepada *driver* yang terbukti tidak mengembalikan barang bawaan

⁵¹ Deddy Setyawan Wicaksono, “Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Untuk Meningkatkan Loyalitas [Studi Pada Pt. Blue Bird Pusaka Di Semarang]”. (Dikutip pada: 05 Januari 2018).

⁵² Sharena Ghalib, Universitas Brawijaya, 2013. Yang berjudul “Efisiensi Transportasi Masa Kini Untuk Meminimalisasi Konflik Persaingan”.

penumpang yang tertinggal. Armada yang dilengkapi *Global Positioning System (GPS)* dapat mempermudah pengemudi dalam mencari alamat dari *pool* taksi sampai tujuan pelanggan sehingga pengemudi tidak kesulitan mencari alamat. Dari penelitian ini kesimpulan yang didapat yaitu kemudahan *Global Positioning System (GPS)* membuat hal rumit menjadi mudah terlebih teknologi masa kini mendukung segala hal terutama dalam pencarian lokasi. Dahulu pencarian lokasi cukup sulit, dipermudah dengan adanya *Global Positioning System (GPS)*. Penelitian ini hanya membahas efisiensi transportasi masa kini (variabel bebas) dan konflik persaingan di dalamnya (variabel terikat).

4. Rinto Alexandro dan Kuwing Baboe dari Universitas palangkaraya melakukan penelitian di tahun 2014 yang berjudul *Analisis Pelayanan Jasa untuk Meningkatkan Jumlah Kepuasan Pelanggan Pada CV. Travel Tulus di Muara Teweh*⁵³. Hasil dari penelitian ini adalah memfokuskan kepada kepuasan konsumen, yaitu dengan berusaha memenuhi harapan konsumen, melangkah lebih jauh dari dugaan konsumen dan berbuat sesuatu yang lebih dari pada yang diharapkan konsumen sehingga mereka tertarik untuk kembali. Bahkan, mereka akan menginformasikan pengalamannya itu kepada orang lain. Harapan konsumen dalam membeli sebuah jasa dapat menjadi tolak ukur perusahaan dalam melayani konsumen dengan baik. Kesimpulan dari penelitian ini adalah Pelayanan jasa baik akan memberikan

⁵³Rinto Alexandro dan Kuwing Baboe mengenai, "*Analisis Pelayanan Jasa Untuk Meningkatkan.Jumlah Kepuasan Pelanggan Pada CV. Travel Tulus Di Muara Teweh*".(Dikutip pada 05 Januari 2018).

kepuasan konsumen tersendiri terutama harapan konsumen, dalam membeli sebuah jasa menjadi alat ukur perusahaan untuk melayani konsumen dengan baik. Penelitian ini mempunyai pembahasan variabel bebas (*independent*) dan variabel terikat (*dependent*) yang berbeda yaitu pelayanan jasa dan tingkat kepuasan pelanggan.

5. Khairudin Amril melakukan penelitian di tahun 2014 dengan judul “Analisis Dampak Kehadiran Transportasi Online terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Express Jakarta)”.⁵⁴ Hasil dari penelitian ini adalah kehadiran transportasi online sangat berpengaruh terhadap konsumen karena konsumen merasa puas dengan pelayanan transportasi online yang cepat mudah dan murah serta aman, membuat konsumen merasa puas terhadap kehadiran transportasi online saat ini. Transportasi online mempermudah segala hal menjadi praktis. Pengemudi yang melayani konsumen dengan baik dapat membuat konsumen merasa puas terhadap pelayanan yang diberikan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah dampak kehadiran transportasi online membuat konsumen merasa senang ditambah pelayanan transportasi online tidak kalah bagus dengan transportasi konvensional dan online memiliki dampak buruk terhadap transportasi konvensional dalam persaingan masa kini seperti banyak pelanggan transportasi konvensional beralih ke transportasi online, meski ada beberapa pelanggan setia yang tetap menggunakan transportasi konvensional. Penelitian ini hanya membahas

⁵⁴ Khairudin Amril, Universitas Negeri Jakarta, 2014. Yang berjudul “Analisis Dampak Kehadiran Transportasi Online terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Express Jakarta)”.

variabel bebas (*independent*) mengenai dampak positif dan negatif transportasi, variabel terikat (*dependent*) yaitu kepuasan konsumen.

Berdasarkan penelitian terdahulu yang dipaparkan oleh peneliti sebelumnya dapat dilihat bahwa pembahasan variabel bebas (*independent*) pada penelitian saya yaitu pelayanan taksi online dan pelayanan taksi konvensional, dan variabel terikat (*dependent*) yaitu kepuasan pelanggan dalam perspektif Ekonomi Islam yang belum pernah diteliti sebelumnya dipenelitian terdahulu.

F. Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan model konseptual tentang bagaimana teori berhubungan dengan berbagai faktor yang telah didefinisikan sebagai masalah yang penting atau disebut juga riset.⁵⁵ Teori saling berkaitan masalah faktor kerangka pemikiran. Kerangka pemikiran yang baik akan menjelaskan secara teoritis pertautan antara pelayanan taksi online dan taksi konvensional yang akan diteliti. Jadi secara teoritis perlu dijelaskan hubungan perbandingan antara pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan.⁵⁶ Setelah membandingkan pelayanan taksi online dan taksi konvensional secara teoritis, akan menjelaskan kembali antara kedua hubungan variabel.

Dalam kerangka pemikiran ini, peneliti akan berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Pembahasan tersebut akan dijelaskan

⁵⁵ Husein umar, *Metode Riset Bisnis*, (Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015), h. 242.

⁵⁶ Ibid, h.242

dengan menggunakan konsep dan teori yang ada hubungannya untuk membantu menjawab masalah penelitian. Adapun permasalahan dalam penelitian ini adalah mengenai “Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam”. Penelitian ini mengenai perbandingan antara pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan.

Definisi pelayanan taksi online adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berdasarkan kepemilikan kepada sesuatu. Berupa pelayanan yang diberikan perusahaan jasa taksi sehingga konsumen atau pelanggan merasa terpuaskan. Kehadiran pelayanan transportasi online berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktivitas secara cepat dan efisien. Sub indikator Pelayanan Taksi Online yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti Langsung)

Merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.⁵⁷ Penampilan luar alat transportasi, mulai dari interior jenis kendaraan dan penampilan pengemudi akan membuat pelanggan kembali. Penampilan luar alat transportasi yang dimaksud adalah dalam hal berbusana yang santun, beretika yang baik dan syar’i.

⁵⁷ Philip khotler, *Manajemen Pemasaran*, (edisi bahasa indonesia indeks 2015), h. 67.

2. *Reliability* (Keandalan)

Merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.⁵⁸ Kemampuan Taksi untuk memberikan pelayanan-pelayanan terbaik kepada pelanggan, artinya pelayanan yang diberikan kepada konsumen haruslah handal, bertanggung jawab, sopan dan ramah. Dalam Islam pun telah dicontohkan teladan yang tentunya dapat dijadikan pedoman dalam perniagaan/ muamalah.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Merupakan kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.⁵⁹ Kesiapsediaan pengemudi taksi untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan yang cepat tanggap dan maksimal, yaitu keinginan pengemudi untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. *Assurance* (Jaminan)

Merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.⁶⁰ Etika berkomunikasi dalam melayani konsumen agar terhindar dari manipulasi serta berbicara bohong saat menawarkan suatu produk maupun jasa dalam sebuah perusahaan.

⁵⁸Ibid, h. 67.

⁵⁹Ibid, h. 67.

⁶⁰Ibid, h. 67.

5. *Emphaty* (Empati)

Merupakan kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.⁶¹ Rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pengemudi kepada pelanggan hendaknya dilandasi dengan keimanan dalam rangka menjalankan segala perintah Allah supaya selalu berbuat yang baik kepada orang lain.

Pelayanan taxi konvensional adalah setiap kegiatan atau manfaat yang diberikan oleh suatu pihak lain yang pada dasarnya tidak berwujud dan tidak pula berdasarkan kepemilikan kepada sesuatu. Berupa pelayanan yang diberikan perusahaan jasa taxi konvensional yaitu pelayanan cepat tanggap dalam melayani pelanggan sehingga konsumen atau pelanggan merasa terpuaskan. Kehadiran pelayanan transportasi konvensional yang jenis pelayanannya secara langsung bertemu antara pengemudi dan pelanggan di jalan atau *pool an* secara langsung pengemudi bertatap muka dengan pelanggan, dan menawarkan jasa maupun pelayanan dan jasa transportasi serta adanya transaksi yang bersifat fisik. Sub indikator Pelayanan Taxi Konvensional yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti Langsung)

Merupakan penampilan fasilitas fisik, peralatan, personel, dan bahan komunikasi.⁶² Penampilan alat transportasi, mulai dari interior jenis kendaraan dan penampilan pengemudi akan membuat pelanggan kembali. Penampilan

⁶¹Ibid, h. 67.

⁶²Ibid, h. 67.

luar alat transportasi yang dimaksud adalah dalam hal berbusana yang santun, beretika yang baik dan syar'i.

2. *Reliability* (Keandalan)

Merupakan kemampuan untuk melaksanakan jasa yang dijanjikan dengan andal dan akurat.⁶³ Kemampuan taksi untuk memberikan pelayanan-pelayanan yang terbaik kepada pelanggan, artinya pelayanan yang diberikan kepada konsumen haruslah handal, bertanggung jawab, sopan dan ramah. Dalam Islam pun telah dicontohkan teladan yang tentunya dapat dijadikan pedoman dalam perniagaan/ muamalah.

3. *Responsiveness* (Ketanggapan)

Merupakan kesediaan membantu pelanggan dan memberikan layanan tepat waktu.⁶⁴ Kesiapsediaan pengemudi taksi untuk membantu pelanggan dalam memberikan pelayanan yang cepat tanggap dan maksimal, seperti keinginan pengemudi untuk membantu para pelanggan dan memberikan pelayanan dengan tanggap.

4. *Assurance* (Jaminan)

Merupakan pengetahuan dan kesopanan karyawan serta kemampuan mereka untuk menunjukkan kepercayaan dan keyakinan.⁶⁵ Etika berkomunikasi dalam melayani konsumen agar terhindar dari manipulasi serta berbicara bohong saat menawarkan suatu pelayanan maupun jasa dalam sebuah perusahaan.

⁶³Ibid, h. 67.

⁶⁴Ibid, h. 67.

⁶⁵Ibid, h. 67.

5. *Emphaty* (Empati)

Merupakan kondisi memperhatikan dan memberikan perhatian pribadi kepada pelanggan.⁶⁶ Rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pengemudi taksi kepada pelanggan. Rasa peduli dan perhatian secara pribadi yang diberikan pengemudi kepada pelanggan hendaknya dilandasi dengan keimanan dalam rangka menjalankan segala perintah Allah supaya selalu berbuat yang baik kepada orang lain.

Kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang berasal dari perbandingan kesannya terhadap kinerja suatu produk jasa dengan harapannya. Pelanggan adalah pengguna barang dan jasa yang selalu kembali menggunakan barang dan jasa yang dibeli.

Sub indikator kepuasan pelanggan yaitu:

1. Sifat Jujur

Sebuah perusahaan harus memiliki sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut baik dari internal maupun eksternal.

2. Sifat Amanah

Seorang muslim yang profesional haruslah memiliki sifat amanah, yakni terpercaya dan bertanggung jawab.

3. Sifat Benar

Maksud dari benar ini adalah tidak adanya dusta dalam berkomitmen memberikan pelayanan baik pelayanan/ jasa kepada pelanggan.

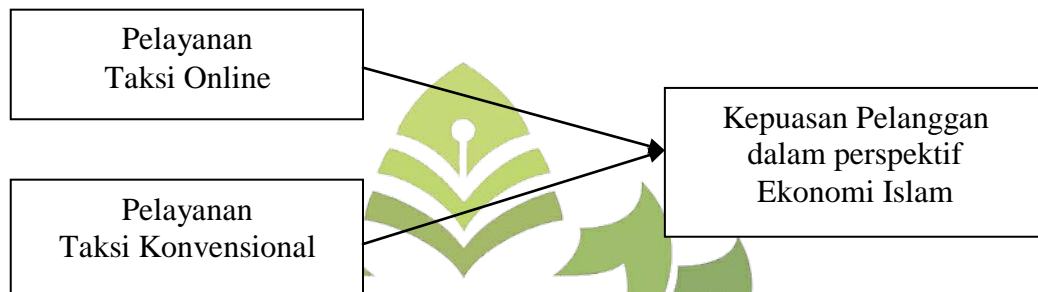
⁶⁶Ibid, h. 67.

4. Berbuat Baik terhadap Sesama dan Tidak Saling Membedakan⁶⁷

Dalam konsep kepuasan pelanggan mengajarkan bahwa dalam kita sebagai pemberi jasa pelayanan harus berbuat baik kepada sesama.

Penelitian ini di buat suatu desain penelitian, yaitu:

Gambar 1.1
Alur Pemikiran
Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional terhadap
Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam



Pada penelitian kali ini peneliti akan membandingkan pelayanan taksi online dan pelayanan taksi konvensional yang nantinya akan dianalisis kemudian dilihat terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif Ekonomi Islam untuk memperoleh suatu kesimpulan terkait penelitian yang dilaksanakan.

⁶⁷ Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Islam* (Jakarta: Pustaka Al-Kutsar 2015), h. 10.

BAB III

LAPORAN HASIL PENELITIAN

A. Profil Transportasi Taksi Puspa Jaya

Transportasi umum atau transportasi publik merupakan hal yang saat ini ramai-ramainya diperbincangkan baik oleh pemerintah pusat, pemerintah daerah, maupun masyarakat umum. Saat ini transportasi umum yang nyaman dan aman mulai menjadi prioritas utama bagi masyarakat. Masyarakat cenderung akan menggunakan transportasi umum yang telah melakukan perbaikan-perbaikan baik dalam segi pelayanan, fasilitas, ketepatan waktu pemberangkatan, kejujuran dalam memberikan tarif, dan lain sebagainya. Taksi konvensional menggunakan metode menunggu penumpang, sedangkan taksi berbasis aplikasi menjemput penumpang. Masalah adaptasi terhadap teknologi yang diambil peluangnya oleh pengguna taksi berbasis aplikasi, dan belum digarap dengan baik oleh pihak pengelola taksi konvensional.

Moda transportasi yang bisa digunakan antara lain taksi, ojek, becak, dan lain sebagainya. Dalam hal ini, taksi menjadi pilihan sebagian besar masyarakat karena tingkat keamanan dan kenyamanannya. Namun sayangnya, masyarakat dewasa ini sering kecewa dengan pelayanan transportasi publik terutama taksi yang buruk. Para pengemudi taksi konvensional sering melakukan kecurangan-kecurangan yang berbuntut pada keengganan masyarakat untuk menggunakan jasa mereka lagi. Para supir taksi konvensional sering sengaja membuat rute yang

berputar-putar, terutama jika penumpang terlihat tidak tahu jalan, agar argometer menunjukkan angka yang lebih mahal daripada seharusnya jika melewati jalan yang benar. Hal-hal tersebut membuat tumbuhnya taksi *Online* yang menggunakan tarif yang jujur serta lebih murah menarik perhatian banyak orang dan membuat masyarakat beralih dari taksi konvensional ke taksi *Online*.

Ditinjau dari *Service Quality*, taksi *online* memiliki kualitas pelayanan yang lebih baik daripada taksi konvensional. Hal tersebut terbukti dengan waktu tunggu untuk layanan taksi *online* hanya 4,46 menit, sedangkan layanan taksi konvensional lebih dari 7,79 menit. Sistem *rating driver* adalah suatu sistem di mana pelanggan memberikan *feedback* berupa penilaian dalam bentuk *rating*.

Adanya sistem ini membuat konsumen dapat memilih pengemudi yang sesuai, sehingga proses pengambilan keputusan konsumen menjadi lebih optimal. Selain itu, tarif yang ditetapkan di awal mengurangi peluang terjadinya kecurangan tarif oleh *driver* yang sering dilakukan oleh *driver* taksi konvensional. Salah satu caranya adalah dengan menempuh tujuan dengan jalan memutar sehingga argo yang dibayarkan lebih mahal.

Selain itu penumpang cepat sampai ke tujuan karena tidak ada insentif jika *driver* mengambil jalan lebih jauh, sementara para taksi konvensional/argo bisa lebih tinggi. Di sisi lain, pelanggan juga lebih senang karena harga yang mereka bayar lebih murah daripada taksi konvensional. Sebuah artikel dalam Kompasiana tahun 2016 mengungkapkan bahwa biaya taksi *online* 20% lebih rendah daripada taksi konvensional. *Service Quality* yang sangat memuaskan

tersebut menimbulkan *Customer Experience* yang baik, sehingga pelanggan menjadi puas (*Customer Satisfaction*). Kepuasan pelanggan tersebut membuat pelanggan akan kembali menggunakan taksi *online* (*Customer loyalty*).

Pada tahun 1986 Puspa Jaya mendirikan usaha pertama kali di bidang pelayanan jasa berupa bus, dan di tahun 2002 taksi Puspa Jaya memiliki kendaraan atau mobil yang jumlahnya 10 unit. Pertama kalinya Puspa Jaya menggunakan kendaraan yang bermerk Hyundai. Saat ini taksi Puspa Jaya memiliki 10 supir dan 5 supir cadangan. Taksi Puspa Jaya dalam seharinya memiliki \pm 40 orderan. Apabila diakumulasikan dalam perhitungan perbulan taksi Puspa Jaya memiliki 1200 orderan. Jika dilihat dari permintaan konsumen, pemesanan lebih banyak menggunakan taksi online daripada taksi konvensional.

Taksi Puspa Jaya menerapkan beberapa budaya perusahaan kepada *driver* untuk konsumen/ pelanggan yaitu 3S (Sapa, Senyum, Sopan). Mereka memiliki *tagline* perusahaan seperti aman, nyaman, dan terjangkau. Taksi Puspa Jaya memiliki petugas *checker* kebersihan yang akan mengecek dengan seksama kendaraan yang akan dibawa pergi oleh *driver* dan ketika kendaraan dibawa pulang akan dicek kembali oleh petugas *checker* kebersihan taksi Puspa Jaya. Apabila ada barang yang tertinggal milik pelanggan, *driver* akan menghubungi pelanggan. Jika tidak ada respon dari pelanggan, *driver* harus melapor ke kantor pusat taksi Puspa Jaya.

Pelayanan yang diberikan taksi Puspa Jaya salah satunya seperti memperbaharui kendaraan taksi yang sudah terpakai selama 5 sampai 7 tahun,

pada tahun 2015 taksi Puspa Jaya sudah menggunakan mobil Hyundai. Pada tahun 2018 saat ini kendaraan taksi Puspa Jaya menggunakan mobil tipe Toyota. Perawatan kendaraan armada taksi yang diberikan oleh taksi Puspa Jaya, selalu rutin dilihat dari per/ km dan ada beberapa macam suku cadang yang diganti antara lain; oli mesin 5.000/km, filter oli 15.000/km, oli transmisi 20.000/km, filter udara 30.000/km, filter bensin 80.000/km, minyak rem 40.000/km, minyak kopling 40.000/km, tune up 40.000/km, oli gardan (untuk avanza, 140 SAE) 40.000/km, filter AC akan diperiksa apabila filter AC buruk akan diganti.

Armada yang digunakan taksi Puspa Jaya yaitu Toyota Kijang Innova, Honda City, Toyota Avanza terdiri dari 24 unit armada taksi Puspa Jaya dan terdapat 25 supir yang dibina secara profesional mulai dari minimal usia 25 tahun sampai batas maksimal usia 55 tahun. Setiap minggunya ada beberapa evaluasi untuk mengetahui ketika ada pelanggaran yang dilakukan *driver*, maka kontrak kerja akan diputus oleh perusahaan taksi Puspa Jaya.

Pelanggan pada taksi Puspa Jaya akan mendapatkan asuransi kecelakaan yaitu asuransi Jasa Raharja. Bagi karyawan atau staff di taksi Puspa Jaya diberikan berupa asuransi BPJS (Badan Penyelenggara Jaminan Sosial). Taksi Puspa Jaya memiliki asuransi per armada yang dibayar Rp.500.000 per-tahunnya, apabila terjadi kecelakaan. Jika terjadi kecelakaan kedua kalinya oleh *driver* yang sama, *driver* tersebut akan dikeluarkan dari perusahaan taksi Puspa Jaya.

Tempat pemberhentian taksi konvensional Puspa Jaya sebagian berada di hotel Andalas, rumah makan Garuda, terminal Rajabasa, rumah sakit Immanuel,

dan bandara Raden Intan yang masing-masing memiliki izin tunggu 15 menit. Tempat *pool* pusat berada di jalan Soekarno Hatta nomor 3 Rajabasa Bandar Lampung untuk semua armada taksi online maupun taksi konvensional Puspa Jaya. Perbedaan armada taksi Puspa Jaya dilihat dari warna dan tipe mobilnya yaitu berwarna hijau untuk taksi online tipe Toyota Avanza dan mobil berwarna putih tipe sedan untuk taksi konvensional. Perusahaan Puspa Jaya dapat memantau taksi-taksi melalui *GPS* yang sudah terpasang 24 jam di dalam mobil yang digunakan oleh para *driver* taksi online maupun taksi konvensional Puspa Jaya.

B. Pelayanan Konsumen Taksi Online

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin cepat dewasa ini. Internet memberikan banyak manfaat kemudahan bagi berbagai sektor. Kemajuan internet pun mempengaruhi hampir setiap sendi kegiatan operasional di hampir semua jenis organisasi. Banyak kegiatan perusahaan mulai dilakukan lewat internet yang menyebabkan perubahan pada cara organisasi menjalankan dan meningkatkan kinerja organisasi. Ditambah lagi dengan kehadiran telepon pintar yang membantu mobilitas setiap individu dalam mendapatkan informasi bahkan melakukan transaksi. Hingga kemudian salah satu fenomena di dunia saat ini yang terjadi pada sektor transportasi yaitu kemunculan transportasi berbasis aplikasi *mobile*.⁶⁸

⁶⁸Baderi, F. "Publik Butuh Taksi Online." *Retrieved Juli 21 (2017):* 2017.

Fenomena transportasi umum berbasis aplikasi dinilai banyak pihak telah merubah tatanan atau sistem komunikasi yang berlangsung pada sektor transportasi umum. Modernisasi sistem komunikasi transportasi berlangsung sejalan dengan kebutuhan konsumen masa kini yang lebih cepat, mudah dan murah. Saat ini konsumen semakin memilih untuk menggunakan jasa transportasi melalui sebuah perangkat lunak pada telepon pintarnya yang disebut aplikasi transportasi. Pada tahun 2014 hingga tahun 2016 berbagai perusahaan besar transportasi berbasis aplikasi muncul di Indonesia yaitu diantaranya Uber, Grab dan Go-Jek.

Pemesanan jasa moda transportasi umum khususnya berupa taksi yang dimanfaatkan tiga perusahaan tersebut dikenal di Indonesia dengan sebutan taksi online. Direktur Jenderal Perhubungan Darat Pudji Hartanto dalam laporan berita Kompas menerangkan taksi online masuk dalam klasifikasi angkutan sewa khusus yang merupakan pelayanan angkutan dari pintu ke pintu dengan wilayah operasinya dalam kawasan perkotaan, disediakan dengan cara menyewa kendaraan dengan pengemudi, dan pemesanan menggunakan aplikasi berbasis teknologi informasi.

Pemesanan secara online melalui aplikasi menjadi cara baru dalam komunikasi antara pengemudi dan konsumen untuk pemesanan jasa taksi. Dengan bantuan internet dan melalui aplikasi ini konsumen lebih dimudahkan karena tidak harus dilakukan dengan cara memberhentikan taksi ataupun telepon ke operator. Konsumen dapat memesan taksi terdekat dari manapun serta informasi

mengenai pengemudi dan harga dapat langsung diketahui oleh konsumen. Selain itu taksi online juga sering memberikan promosi khusus pada konsumennya.

Media promosi pun dilakukan melalui layanan website, serta sosial media seperti facebook, twitter, instagram dan lainnya, sehingga pertukaran informasi dan komunikasi lebih memberikan manfaat dan menjadi dasar perusahaan tersebut dapat tumbuh semakin besar. Pertumbuhan taksi online yang begitu cepat membuat perusahaan taksi plat kuning yang selama ini telah beroperasi merasa tersaingi dan semakin kebingungan. Perusahaan taksi ini kini disebut konsumen sebagai taksi konvensional. Berbagai perusahaan taksi konvensional di Indonesia melakukan protes kepada pemerintah untuk melarang beroperasinya taksi online.

Pemerintah Indonesia melalui Menteri Perhubungan Serta Menteri Komunikasi dan Informasi telah berkomunikasi untuk menyikapi permasalahan ini. Hingga ditetapkannya peraturan yang mengatur pelaksanaan taksi online yaitu Peraturan Menteri (Permen/PM) Perhubungan No 32 Tahun 2016 tentang penyelenggaraan angkutan orang dengan kendaraan bermotor umum tidak dalam trayek. Ketetapan ini dibuat agar dapat menyelesaikan potensi konflik yang lebih besar dari kompleksitas di dalam iklim bisnis transportasi pada era ini.

Bahkan Menteri Perhubungan Indonesia menghimbau perusahaan taksi di seluruh daerah yang belum terhubung dengan aplikasi taksi untuk dapat juga mengadopsi teknologi informasi dan komunikasi yang sama pada perusahaannya. Faktor yang digunakan oleh konsumen untuk mengukur kualitas jasa adalah:⁶⁹

⁶⁹Made Nopy Diah Sundari, *Op.Cit*, Hlm 76-78.

1. *Professionalism and skills*

Kriteria ini berhubungan dengan outcome yaitu tingkat kepuasan konsumen. Pelanggan menyadari bahwa jasa pelayanan kesehatan dihasilkan oleh SDM (Sumber Daya Manusia) yang memiliki pengetahuan dan keterampilan professional yang berbeda.

2. *Attitudes and behavior*

Kriteria, sikap dan perilaku staf akan berhubungan dengan proses pelayanan. Pelanggan institusi jasa pelayanan akan merasa puas apabila dari pihak taksi online sudah melayani mereka dengan baik sesuai SOP (standar operasional prosedur) pelayanan.

3. *Accessibility and flexibility*

Kriteria penilaian ini berhubungan dengan proses pelayanan. Pengguna jasa disesuaikan dengan kepentingan serta kebutuhan konsumen, jarak yang harus ditempuh, dan tarif pelayanan.

4. *Reliability and trustworthiness*

Kriteria pelayanan ini berhubungan dengan penilaian. Penggunaan jasa pelayanan kesehatan memahami resiko yang mereka hadapi jika memilih jasa pelayanan yang ditawarkan.

5. *Recovery*

Pelanggan memang menyadari kalau ada kesalahan atau resiko akibat tindakan karyawan tetapi para pengguna jasa pelayanan mempercayai bahwa instusi penyediaan jasa pelayanan sudah memperbaiki kualitas pelayanan

yang ditawarkan kepada publik untuk mengurangi resiko yang akan diterima pelanggan.

6. *Reputation and credibility*

Kriteria ini berhubungan dengan imej. Pelanggan akan menyakini benar bahwa institusi penyedia jasa pelayanan taksi online memang memiliki reputasi baik, dapat dipercaya, dan mempunyai nilai tinggi dibidang pelayanan jasa.

Berdasarkan laporan hasil penelitian pada pelayanan taksi online Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung yaitu:

1. Layanan pemesanan melalui aplikasi online pada *smartphone*.
2. Layanan waktu tunggu Taksi Online yaitu 4,46 menit.
3. Layanan metode pada Taksi Online itu sendiri menggunakan metode menjemput penumpang.
4. Layanan jenis armada yang digunakan taksi online pada taksi puspa jaya juga berbeda yaitu menggunakan armada kendaraan berjenis mobil *Toyota Kijang Innova Dan Toyota Avanza*.

C. **Pelayanan Konsumen Taksi Konvensional**

Transportasi konvensional adalah transportasi umum yang biasa kita gunakan, yang telah tersedia di jalan konvensional. Di Indonesia ada beberapa jenis transportasi konvensional seperti bus, taksi, angkutan umum, bajaj, dan ojek. Sejauh ini transportasi konvensional di Indonesia, tidak semuanya baik dan nyaman bagi penumpang atau pengguna jasa transportasi konvensional. Seperti

halnya kita lihat angkutan umum yang berada di jalan-jalan membuat kemacetan dan kendaraan tidak membuat penumpang nyaman, banyaknya tindak kriminal terjadi pada transportasi konvensional juga mengurangi ketertarikan masyarakat untuk menggunakan transportasi konvensional.⁷⁰

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang semakin cepat dewasa ini. Internet memberikan banyak manfaat dan kemudahan bagi berbagai sektor. Kemajuan internet pun mempengaruhi hampir setiap sendi kegiatan operasional di hampir semua jenis organisasi. Banyak kegiatan perusahaan mulai dilakukan lewat internet yang menyebabkan perubahan pada cara organisasi menjalankan dan meningkatkan kinerja organisasi.

Ditambah lagi dengan kehadiran telepon pintar yang membantu mobilitas setiap individu dalam mendapatkan informasi bahkan melakukan transaksi. Hingga kemudian salah satu fenomena di dunia saat ini yang terjadi pada sektor transportasi yaitu kemunculan transportasi berbasis aplikasi *mobile*.⁷¹

Penggunaan teknologi informasi dan komunikasi pada organisasi taksi konvensional dalam bentuk penggunaan aplikasi *mobile* dapat dikatakan sebagai inovasi. Hal ini disebabkan karena perusahaan taksi sebagai organisasi masih kental dengan pola kerja tradisional atau cara lama yang dilakukannya. Pemanfaatan saluran komunikasi seperti aplikasi taksi merupakan suatu inovasi.

⁷⁰Rachelia, E. D., & Widayanto, W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Taksi Konvensional (Studi Kasus pada Pelanggan Taksi Kosti Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 138-149.

⁷¹*Ibid*, hlm 150

Hal tersebut dikarenakan proses penyampaian komunikasi dalam menerima pesanan taksi selama ini masih bersifat tradisional, yaitu dilakukan dengan cara menerima pelanggan di pinggir jalan dan melalui operator. Proses promosi dilakukan sederhana melalui medium misalnya papan buletin atau *newsletter* dan iklan di koran. Dengan demikian adopsi inovasi teknologi informasi dan komunikasi menjadi penting bagi perusahaan taksi konvensional. serta berdasarkan laporan hasil penelitian mengenai pelayanan taksi konvensional pada taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung yakni:

1. Layanan pemesanan melalui via Telepon.
2. Layanan waktu tunggu untuk Taksi Konvensional lebih lama dibanding Taksi Online yaitu 7.79 menit.
3. Layanan metode yang digunakan Taksi Konvensional pada Taksi Puspa Jaya menggunakan metode menunggu penumpang.
4. Layanan jenis armada pada Taksi Konvensional Puspa Jaya menggunakan jenis kendaraan mobil sedan *Honda City*.

BAB IV

ANALISIS DATA

A. Pelayanan Taksi Online terhadap Kepuasan Pelanggan

Setelah penulis mengumpulkan data dari kepustakaan yang kemudian dituangkan dalam penulisan pada bab-bab sebelumnya, sebagai langkah selanjutnya penulis akan menganalisis data yang telah dikumpulkan tersebut. Transportasi online adalah suatu penyelenggaraan lalu lintas dan angkutan jalan yang berjalan dengan mengikuti serta memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan (teknologi) berbasis aplikasi online baik untuk pemesanan maupun pembayaran. Taksi online adalah transportasi umum yang memanfaatkan teknologi berbasis aplikasi online untuk pemesanan dan pembayaran. Hasil penelitian pada pelayanan taksi online sebagai berikut:

1. *Tangibles* (Bukti Langsung)

Bukti langsung dari pelayanan taksi online itu sendiri seperti: fasilitas kendaraan yang lengkap, mumpuni dan baik. Kondisi kendaraan pun bersih, rapih serta tidak ada bau dalam kendaraan.

2. *Reliability* (Keandalan)

Keandalan pelayanan pada taksi online seperti pengemudi harus melayani penumpang/ pelanggan dengan handal, seperti mengantarkan penumpang ke tempat tujuan sesuai dengan waktu yang ditentukan.

3. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Daya tanggap pelayanan yang ada pada taksi online terutama pada pengemudi yaitu dengan tanggap pengemudi membantu penumpang yang terlihat membawa barang bawaan yang cukup banyak, dengan tanggap membawakan barang-barang bawaan penumpang ke dalam bagasi mobil.

4. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan pelayanan yang diberikan pengemudi taksi online berupa jaminan kepercayaan dan kenyamanan untuk penumpang. Pengemudi harus menciptakan kepercayaan dan kenyamanan pada penumpang yang sedang menaiki taksi agar penumpang tidak merasa takut untuk menaiki taksi online.

5. *Emphaty* (Empati)

Empati pada pelayanan taksi online seperti pengemudi mengingatkan penumpang untuk menggunakan *seat belt* dan menawarkan minuman serta permen ketika di dalam kendaraan.

Pelayanan terutama di bidang jasa transportasi sangat diutamakan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan pada taksi online sesuai dengan indikator yang di analisis yaitu:

a. Sifat jujur

Sifat jujur sudah diterapkan dalam aplikasi dengan rincian biaya yang sudah diterapkan di aplikasi.

b. Kepercayaan

Pelanggan merasa terpercaya karena aplikasi online menentukan tempat yang sudah dipesan harus sesuai orderan.

c. Pelayanan yang benar

Pelayanan yang baik sudah diterapkan di aplikasi (waktu tunggu, tempat, tarif).

d. Melayani dengan rendah hati

Pelayanan taksi online Puspa Jaya sudah sesuai SOP (Standar Operasional Prosedur) perusahaan taksi Puspa Jaya. Seperti pengemudi harus memiliki sifat rendah hati, tidak angkuh dan mematuhi SOP (Standar Operasional Prosedur) pelayanan yang ada di taksi Puspa Jaya.

B. Pelayanan Taksi Konvensional terhadap Kepuasan Pelanggan

Transportasi konvensional adalah transportasi umum yang biasa kita gunakan, yang telah tersedia di jalan. Di Indonesia ada beberapa jenis transportasi konvensional seperti bus, taksi, angkutan umum, bajaj, dan ojek. Taksi konvensional merupakan transportasi umum yang digunakan di jalan menggunakan transportasi taksi. Berdasarkan hasil penelitian pelayanan taksi konvensional yaitu:

1. *Tangibles* (Bukti Langsung)

Bukti langsung dari pelayanan taksi konvensional itu sendiri seperti: fasilitas kendaraan yang lengkap, mumpuni dan baik. Kondisi kendaraan pun bersih, rapih serta tidak ada bau dalam kendaraan.

2. *Reliability* (Keandalan)

Keandalan pelayanan pada taksi konvensional seperti pengemudi harus melayani penumpang/ pelanggan dengan handal, seperti mengantarkan penumpang ke tempat tujuan sesuai dengan waktu yang ditentukan.

3. *Responsiveness* (Daya tanggap)

Daya tanggap pelayanan yang ada pada taksi konvensional terutama pada pengemudi yaitu dengan tanggap pengemudi membantu penumpang yang terlihat membawa barang bawaan yang cukup banyak, dengan tanggap membawakan barang-barang bawaan penumpang ke dalam bagasi mobil.

4. *Assurance* (Jaminan)

Jaminan pelayanan yang diberikan pengemudi taksi konvensional berupa jaminan kepercayaan dan kenyamanan untuk penumpang. Pengemudi harus menciptakan kepercayaan dan kenyamanan pada penumpang yang sedang menaiki taksi agar penumpang tidak merasa takut untuk menaiki taksi konvensional.

5. *Emphaty* (Empati)

Empati pada pelayanan taksi konvensional seperti pengemudi mengingatkan penumpang untuk menggunakan *seat belt* dan menawarkan minuman serta permen ketika di dalam kendaraan.

Pelayanan jasa transportasi pada taksi konvensional sangat diutamakan untuk menciptakan kepuasan pelanggan. Kepuasan pelanggan pada taksi konvensional sesuai dengan indikator yang di analisis yaitu:

a. Sifat Jujur

Sifat jujur selalu diterapkan di taksi konvensional, namun dalam perjalanannya terkadang oknum pada taksi online selalu memanfaatkan situasi untuk mencari keuntungan tersendiri.

b. Kepercayaan

Kepercayaan tidak pasti didapat, kepercayaan berada di oknum pengemudi dan ketidakpastian di taksi konvensional membuat terkadang pelanggan tidak mendapatkan kepastian dalam pelayanan.

c. Pelayanan yang benar

Pelayanan yang baik sudah diterapkan perusahaan jasa, namun ketidakpastian di taksi konvensional membuat terkadang pelanggan tidak mendapatkan kepastian dalam pelayanan yang baik.

d. Melayani dengan sepenuh hati

Pengemudi sudah melayani sesuai SOP (Standar Operasional Prosedur) pelayanan perusahaan taksi Puspa Jaya, seperti: pengemudi harus memiliki sifat rendah hati dan tidak angkuh.

Berdasarkan perbandingan pelayanan antara taksi online dan taksi konvensional dari ke empat item tersebut dapat disimpulkan sebagai berikut:

1. Perbedaan sifat jujur yang di taksi online sudah terlihat jelas di aplikasi penggunaan jasa taksi online seperti profil pengemudi, tarif, waktu penjemputan, tempat pengantaran yang sesuai dengan pesanan. Dalam penggunaan jasa taksi konvensional, taksi konvensional tidak selalu

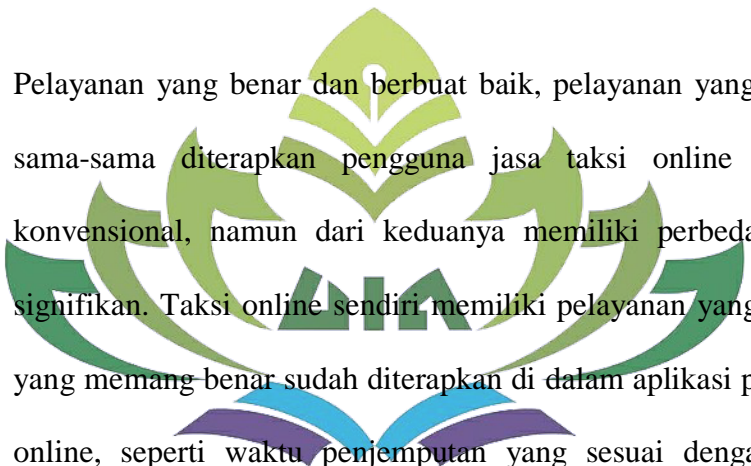
memiliki sifat jujur yang sudah diterapkan di aplikasi seperti di taksi online dan hanya memprioritaskan sifat jujur pada pengemudinya saja sehingga layanan jasa taksi konvensional dapat dipercaya di kalangan masyarakat

Berdasarkan penjelasan di atas, perbedaan yang terdapat di taksi online, dimana sifat jujur pengemudi sudah timbul berkat aplikasi dan tidak dapat sepenuhnya untuk melakukan kebohongan. Sifat jujur yang ada di taksi konvensional belum sepenuhnya ada, dan sifat kejujurnya hanya ada di sebagian pengemudi saja, tergantung dari si pengemudinya, dan rentan untuk melakukan kebohongan karena tidak adanya kepastian untuk memiliki sifat jujur di taksi konvensional.

2. Kepercayaan pada jasa taksi online dan konvensional menjadi nilai tersendiri untuk menjadi pelayanan terbaik. Baik taksi online dan taksi konvensional lebih memprioritaskan kepercayaannya terhadap pelanggan. Taksi online sendiri memiliki rasa kepercayaan cukup tinggi terhadap pelanggan, karena taksi online didukung dengan aplikasi yang membuatnya dapat dipercaya dan bertanggung jawab terhadap pelanggan seperti tarif, profil pengemudi, waktu penjemputan dan tempat antar sesuai pesanan. Taksi konvensional belum tentu dapat dipercaya. Dengan ketidakpastian di taksi konvensional terkadang pelanggan tidak mendapatkan kepastian dalam pelayanannya seperti waktu tunggu yang

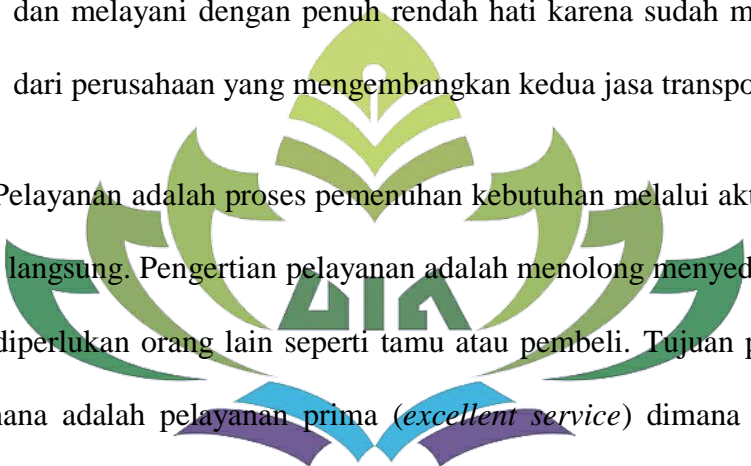
cukup lama, tidak mengenal data diri *driver* serta terkadang tujuan tidak sesuai dengan keinginan pelanggan.

Perbedaan pada taksi online dan taksi konvensional dapat dipercaya dan tanggung jawab sudah diterapkan di dalam aplikasi sehingga pelanggan merasa nyaman di setiap pelayanannya. Pada taksi konvensional kepercayaan tidak pasti didapat. Kepercayaan berada di oknum pengemudi sehingga rasa kepercayaan pada taksi konvensional belum pasti didapat oleh pelanggan.

- 
3. Pelayanan yang benar dan berbuat baik, pelayanan yang benar dan baik sama-sama diterapkan pengguna jasa taksi online dan jasa taksi konvensional, namun dari keduanya memiliki perbedaan yang cukup signifikan. Taksi online sendiri memiliki pelayanan yang baik dan benar yang memang benar sudah diterapkan di dalam aplikasi penggunaan taksi online, seperti waktu penjemputan yang sesuai dengan yang ada di aplikasi, tempat penjemputan dan antar yang sesuai dengan apa yang ada di aplikasi. Dalam penggunaan taksi konvensional hampir sama dengan taksi online, pelayanan yang baik dan benar sudah diterapkan, namun yang membedakan taksi konvensional adalah ketidakpastian yang ada di taksi konvensional kepada pelanggan terkadang membuat pelanggan tidak mendapatkan kepastian dalam mendapatkan pelayanan yang baik dan benar.

Dari uraian di atas, taksi online sudah menerapkan pelayanan yang baik dan benar di aplikasi, sedangkan taksi konvensional juga menerapkan pelayanan yang baik dan benar dalam tidak ada kepastian untuk pelanggan mendapatkan pelayanan yang baik dan benar.

4. Tidak memiliki sifat angkuh dan melayani dengan penuh rendah hati, dimana pada poin pelayanan dengan rendah hati jasa taksi online dan taksi konvensional sama-sama menerapkan tidak memiliki sifat angkuh dan melayani dengan penuh rendah hati karena sudah menjadi peraturan dari perusahaan yang mengembangkan kedua jasa transportasi tersebut.



Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung. Pengertian pelayanan adalah menolong menyediakan segala apa yang diperlukan orang lain seperti tamu atau pembeli. Tujuan pelayanan secara sederhana adalah pelayanan prima (*excellent service*) dimana suatu pelayanan yang terbaik dalam memenuhi harapan dan kebutuhan pelanggan. Dengan kata lain, pelayanan prima merupakan suatu pelayanan yang memenuhi standar kualitas. Pelayanan yang memenuhi standar kualitas adalah suatu pelayanan yang sesuai dengan harapan dan kepuasan pelanggan/ masyarakat. Dalam pelayanan prima terdapat dua elemen yang saling berkaitan, yaitu pelayanan dan kualitas.

Tujuan pelayanan prima pada taksi Puspa Jaya antara lain sebagai berikut :

1. Untuk memberikan pelayanan yang bermutu tinggi kepada pelanggan.

2. Untuk menimbulkan keputusan dari pihak pelanggan agar segera membeli barang/ jasa yang ditawarkan pada saat itu juga.
3. Untuk menumbuhkan kepercayaan pelanggan terhadap pelanggan terhadap barang/ jasa yang ditawarkan.
4. Untuk menghindari terjadinya tuntutan-tuntutan yang tidak perlu dikemudian hari terhadap produsen.
5. Untuk menciptakan kepercayaan dan kepuasan kepada pelanggan.
6. Untuk menjaga agar pelanggan merasa diperhatikan segala kebutuhannya.
7. Untuk mempertahankan pelanggan.

Dari penjelasan di atas, bahwa taksi online dan taksi konvensional sama-sama menggunakan prosedur pelayanan dengan sifat rendah hati agar pengguna taksi online maupun pengguna taksi konvensional selalu diminati di kalangan masyarakat.

C. Perbandingan Pelayanan antara Taksi Online dan Taksi Konvensional terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam

Berdasarkan hasil penelitian perbandingan pelayanan antara taksi online dan konvensional terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif Ekonomi Islam yaitu Pelayanan yang baik tentunya akan membuat konsumen lebih merasa nyaman dan memiliki rasa ingin kembali lagi menggunakan pelayanan terbaik, terlebih lagi pelayanan jasa transportasi. Pelayanan yang baik berupa pemberian

kenyamanan merupakan faktor utama yang membuat konsumen akan kembali lagi untuk menggunakan pelayanan jasa transportasi.

Berdasarkan hasil analisis yang telah dilakukan telah terbukti bahwa kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan menunjukkan bahwa kualitas pelayanan memiliki persamaan dan perbedaan taksi online dan konvensional dengan kepuasan pelanggan. jika kualitas pelayanan baik maka sudah pasti pelanggan akan merasa puas, karena kenyamanan adalah harga tertinggi dari sebuah pelayanan.

Perbedaan pelayanan yang terlihat pada taksi online dan taksi konvensional yakni terutama pada perbedaan pelayanan Taksi Online pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung:

1. Layanan pemesanan melalui aplikasi online pada *smartphone*.
2. Layanan waktu tunggu Taksi Online yaitu 4,46 menit.
3. Layanan metode pada Taksi Online itu sendiri menggunakan metode menjemput penumpang.
4. Layanan jenis armada yang digunakan taksi online pada taksi puspa jaya juga berbeda yaitu menggunakan armada kendaraan berjenis mobil *Toyota Kijang Innova Dan Toyota Avanza*.

Perbedaan pelayanan Taksi Konvensional pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung:

1. Layanan pemesanan melalui via Telepon.
2. Layanan waktu tunggu untuk Taksi Konvensional lebih lama dibanding Taksi Online yaitu 7.79 menit.
3. Layanan metode yang digunakan Taksi Konvensional pada Taksi Puspa Jaya menggunakan metode menunggu penumpang.
4. Layanan jenis armada pada Taksi Konvensional Puspa Jaya menggunakan jenis kendaraan mobil sedan *Honda City*.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan pelayanan pada jasa transportasi *online* lebih baik dibanding pelayanan pada jasa transportasi konvensional, karena berdasarkan angket yang telah di isi oleh para pelanggan rata-rata lebih dominan dengan pelanggan taksi online dan memberikan jawaban pelayanan baik terhadap taksi online. Menurut responden, semakin majunya teknologi berkembang dan mudahnya akses untuk mendapatkan sesuatu mempengaruhi masyarakat ingin menggunakan atau memakai jasa pelayanan yang baru dan terbaik untuk kenyamanan pelanggan.

Taksi online dan taksi konvensional merupakan sebuah jasa pelayanan Transportasi yang menggunakan aplikasi dan tidak menggunakan aplikasi yang jasa transportasi ini mengutamakan prinsip pelayanan yang terbaik yang pelayanannya dengan konsep yang Islam, hal tersebut dapat tercermin dari dimensi-dimensi kualitas pelayanan.

Dalam Ekonomi Islam memberikan pelayanan terhadap pelanggan diharapkan dilakukan dengan baik, karena dalam Islam segala sesuatu yang dilakukan dengan baik akan memberikan hasil yang baik. Salah satu pelayanan yang baik dan menunjukkan telah sesuai dengan syari'at Islam dapat terlihat dari karyawan telah menggunakan pakaian yang rapih dan sopan, serta karyawan wanita telah berjilbab.

Selain dilihat dari bentuk fisik luar, bentuk pelayanan yang baik juga dapat dilihat dari budi pekerti, sikap sopan santun serta kejujuran dari pengemudi taksi online dan taksi konvensional yang ada di Bandar Lampung. Berdasarkan jawaban angket pelanggan menyatakan para pengemudi bersifat jujur. Sikap jujur yang dimaksud yaitu sikap yang tidak berbohong, tidak menipu, tidak mengada-ada fakta, tidak berkhianat serta tidak pernah ingkar janji.

Pelayanan jasa transportasi taksi Puspa Jaya yang online maupun konvensional di Bandar Lampung berupaya untuk mengoptimalkan kejujuran karena dengan jujur pelanggan akan merasa percaya dan menilai baik pelayanan di Taksi Puspa Jaya yang online maupun konvensional di Bandar Lampung serta akan membuat pelanggan untuk kembali menggunakan jasa transportasi online maupun konvensional, namun karena teknologi semakin berkembang sehingga penggunaan taksi online lebih diminati di kalangan masyarakat karena kemudahan akses untuk pelayanan lebih mudah didapat dibanding pada pelayanan taksi konvensional.

Sikap jujur yang harus dipunyai setiap pengemudi haruslah sesuai Al-Quran Surat Asy-syu'ara (26): 181-183:

وَلَا ۞ الْمُسْتَقِيمَ ۞ بِالْقِسْطَاسِ وَزِنُوا ۞ الْمُخْسِرِينَ ۞ وَلَا الْكَيْلَ ۞ أَوْفُوا ۞
 مُفْسِدِينَ ۞ الْأَرْضِ فِي تَعَثُّو ۞ وَلَا أَشْيَاءَهُمُ ۞ النَّاسَ تَبْخُسُوا ۞

181. Sempurnakanlah takaran dan janganlah kamu Termasuk orang- orang yang merugikan;

182. Dan timbanglah dengan timbangan yang lurus.

183. Dan janganlah kamu merugikan manusia pada hak-haknya dan janganlah kamu merajalela di muka bumi dengan membuat kerusakan;⁷²

Ayat di atas menuntut pelayanan yang bersifat jujur dan tidak menipu serta tidak merugikan orang lain terlebih merugikan pelanggan yang merupakan seseorang yang harusnya diberikan pelayanan memuaskan agar imbasnya kita memperoleh keuntungan.

Sedangkan kepuasan pelanggan pada taksi online dan taksi konvensional merupakan hal yang paling penting dalam kelangsungan siklus hidup pelayanan jasa transportasi yang ada di perusahaan Jasa Taksi Puspa Jaya yang ada di Bandar Lampung. Dalam variabel kepuasan pelanggan terdiri dari 4 item pertanyaan yang menunjukkan dimensi kepuasan pelanggan yang sejalan dengan prinsip pelayanan yang baik dan benar, ke empat item pertanyaan tersebut adalah sebagai berikut:

- a. Pengemudi memiliki sifat jujur sehingga pelanggan merasa puas saat menggunakan jasa tersebut

⁷² Dr. Mardani, Ayat-ayat dan Hadis Ekonomi Syariah (Jakarta: PT. Raja Grafindo 2014) H.

Sifat jujur merupakan sesuatu yang mampu menumbuhkan kepercayaan orang lain, apalagi pelanggan yang pada dasarnya adalah mitra yang mampu menguntungkan pihak jasa transportasi. Berdasarkan 30 angket yang dibagikan kepada 15 orang pelanggan taksi online dan 15 orang pelanggan taksi konvensional sebanyak 80% menyatakan pengemudi taksi online dan taksi konvensional memiliki sifat jujur kepada seluruh personel yang terlibat dalam perusahaan tersebut baik dari internal maupun eksternal seperti para pelanggan taksi Puspa Jaya Bandar Lampung.

b. Pengemudi memiliki sifat amanah

Sifat amanah senada atau hampir sama dengan sifat jujur, apabila dilakukan maka akan menumbuhkan rasa kepercayaan dari pelanggan. Dari sebanyak 30 pelanggan yang menjadi sampel penelitian sebanyak 21 orang pelanggan taksi online maupun taksi konvensional hampir 70% pelanggan menyatakan pengemudi taksi online dan taksi konvensional memiliki sifat amanah dapat dipercaya dan bertanggung jawab sehingga pelanggan merasa aman dan nyaman. Hal ini dilakukan agar konsumen dapat memahami dan mengerti, sehingga konsumen merasa puas dan tidak ragu dengan jasa yang akan diterimanya.

c. Pengemudi selalu mengajak pada kebenaran dan berbuat baik

Berupaya berbuat baik dan mengajak seseorang kepada ketakwaannya dan kebaikan tentunya akan membuahkan hasil yang baik pula, oleh karena itu

pihak pemberi jasa transportasi online dan konvensional terutama Taksi Puspa Jaya selalu berupaya untuk mengajak kepada kebaikan. Dari sebanyak 30 responden yang menjawab angket sebanyak 78% atau sebanyak 23 responden menyatakan pengemudi taksi online maupun konvensional selalu berupaya untuk mengajak kepada kebaikan seperti selalu mengingatkan penumpang untuk menggunakan *seat belt* saat berkendara. Sehingga pelanggan merasa puas dengan pelayanannya.

- d. Pengemudi tidak memiliki sifat angkuh dan melayani dengan penuh rendah hati

Tidak bertindak angkuh dan selalu bersikap rendah hati pada dasarnya akan menimbulkan simpatik dari orang lain. Jadi, orang lain akan merasa segan dengan orang yang bersifat rendah hati. Berdasarkan jawaban dari 30 responden sebanyak 29 pelanggan atau sebanyak 99% pelanggan menyatakan pengemudi Jasa Transportasi Puspa Jaya yang menggunakan Jasa online dan konvensional tidak memiliki sifat angkuh seperti tidak senang terhadap penumpang dan memiliki sikap rendah hati kepada pelanggan seperti menawarkan minum serta mengajak bicara dengan penumpang saat di perjalanan.

Berdasarkan uraian analisis di atas kepuasan pelanggan dari total 4 item pertanyaan seluruhnya menunjukkan bahwa pelanggan merasa puas terhadap pelayanan, setelah menggunakan jasa transportasi taksi online dan taksi

konvensional dalam pelayanan syariahnya belum tepat untuk menggunakan syariah Islam yang baik dan benar.

Syariah Islam adalah aturan dalam menjalankan aturan kehidupan yang baik dan sempurna, dengan memelihara hubungan sesama manusia dan alam yang semuanya dilakukan dalam kerangka menjalin hubungan dengan tuhan. Dengan demikian, beriman dan beramal sholeh menjadi inti dari syariah Islam, termasuk di antaranya adalah memberikan jasa pelayanan yang baik menurut syariah Islam kepada masyarakat.



BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Kesimpulan dari hasil penelitian Studi Komparatif Pelayanan Taksi Online dan Taksi Konvensional terhadap Kepuasan Pelanggan dalam Perspektif Ekonomi Islam (Studi Pada Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung) adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan hasil penelitian pelayanan Taksi Online di Puspa Jaya yaitu menggunakan layanan pemesanan melalui aplikasi online pada *smartphone*, penggunaan layanan waktu tunggu Taksi Online yaitu 4,46 menit, Layanan metode pada Taksi Online itu sendiri menggunakan metode menjemput penumpang. Serta layanan jenis armada yang digunakan taksi online pada Taksi Puspa Jaya juga berbeda yaitu menggunakan armada kendaraan berjenis mobil *Toyota Kijang Innova Dan Toyota Avanza*.
2. Berdasarkan hasil penelitian pelayanan Taksi Konvensional di Puspa Jaya yakni menggunakan layanan pemesanan melalui via Telepon. Penggunaan layanan waktu tunggu untuk Taksi Konvensional lebih lama dibanding Taksi Online yaitu 7.79 menit, Layanan metode yang digunakan Taksi Konvensional pada Taksi Puspa Jaya menggunakan metode menunggu penumpang. Serta layanan jenis armada pada Taksi Konvensional Puspa Jaya menggunakan jenis kendaraan mobil sedan *Honda City*.
3. Berdasarkan hasil penelitian pada pelayanan taksi online dan taksi konvensional terhadap kepuasan pelanggan dalam perspektif Ekonomi Islam,

pelanggan lebih puas pada pelayanan taksi online dibandingkan pelayanan taksi konvensional karena pelayanan taksi online lebih mudah, murah, cepat dan efisien. Pelayanan pada taksi konvensional yang kini dituntut untuk berinovasi di era modern ini mulai di tinggalkan oleh pengguna taksi konvensional yang kini lebih menyukai pelayanan taksi online. Hal ini sejalan dengan konsep Ekonomi Islam, dimana pelayanan harus bersifat jujur, adil dan bersih sehingga tidak ada yang dirugikan dalam setiap pelayanan dalam prinsip Ekonomi Islam.

a. Saran-Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, kiranya penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut:

1. Untuk meningkatkan kualitas pelayanan agar lebih baik lagi, perusahaan hendaknya dapat memberi jaminan terhadap keselamatan penumpang, seperti adanya asuransi jiwa.
2. Hal lain yang perlu diperhatikan juga adalah sebaiknya perusahaan membuat peraturan atau kebijakan baru tentang bagaimana bersikap di depan konsumen atau selama jam kerja, dengan adanya karyawan yang bercanda yang berlebihan, mengobrol lewat *handphone* di luar masalah pekerjaan, dan hilir-mudik di ruang tunggu karena ini dapat menimbulkan tanggapan yang kurang baik dari konsumen.
3. Bagi para perusahaan taksi online dan taksi konvensional agar memperhatikan pelayanan serta menjadikan kekurangan tersebut sebagai pelajaran untuk

segera memperbaiki kualitas pelayanan yang ada sehingga pelanggan akan benar-benar puas dengan pelayanan yang diberikan pada pelanggan, dan terus memperbaiki pelayanan yang ada agar semakin lebih baik lagi.



DAFTAR PUSTAKA

- Abbas Salim, 2015, *Manajemen Transportasi* ,Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Ahmad, M. 2015. *Etika Bisnis Islam*, Jakarta: Pustaka Al-Kutsar.
- Amril, K. Universitas Negeri Jakarta, 2014. “*Analisis Dampak Kehadiran Transportasi Online terhadap Kepuasan Konsumen (Studi Pada PT. Express Jakarta)*”.
- Ari Setiyaningrum, Jusuf Udaya, Efendi, *Prinsip-Prinsip Pemasaran*. Yogyakarta :Penerbit ANDI, 2015.
- Arif Mansur, DM. 2015, *Cyber Low Aspek Hukum Teknologi Informasi*, Bandung: PT. Refika Aditama.
- Aviliani, R dan Wilfridus, L. “*Membangun Kepuasan Pelanggan Melalui Kualitas Pelayanan*”. 2016 *Usahawan*, No.5.
- Ciptono, F. 2016, *Strategi Pemasaran Edisi Kelima*, Yogyakarta: Andi Offset.
- Dewi Irmawati, *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis, Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis* – ISBN: 2085- 1375 Edisi ke VI, november 2011.
- Dikdik M. Arif Mansur, *Cyber Low Aspek Hukum Teknologi Informasi* ,Bandung: PT. Refika Aditama 2015.
- Eko Suprayitno, *Ekonomi Islam*, (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2005),
- Fandy Ciptono, *Strategi Pemasaran Edisi kelima* ,Andi Offset: Yogyakarta 2016.
- Husein umar, *Metode Riset Bisnis*, ,Jakarta: PT. Gramedia Pustaka Utama, 2015.
- Irmawati, D. 2011, *Pemanfaatan E-Commerce Dalam Dunia Bisnis, Jurnal Ilmiah Orasi Bisnis* – ISBN: 2085- 1375 Edisi ke VI.
- James Michael, *Pembangunan Ekonomi di Dunia Ketiga*, (Jakarta: Ghalia, 2015).
- Kadunci dan Sulistyowati, Rifaldi. 2016. *Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Gojek Terhadap Kepuasan Pelanggan Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta*, *Epigram Vol. 13 No. 2*.
- Karim, Adiwarman A. "*Ekonomi Makro Islam Edisi Kedua*." Jakarta: PT Raja grafindo Persada, 2012.

Kasmadi dan Nia Siti Sunariah, *Panduan Moderen Penelitian Kualitatif* ,Bandung: Alfabeth 2013.

Khotler, P. 2015. *Manajemen Pemasaran*, Jakarta: edisi bahasa indonesia indeks.

Kompasiana.15 Maret, 2016.*Taksi Konvensional Vs Taksi Online*. Hlm 11.

Mardani, 2015, *Hukum Sistem Ekonomi Islam*, Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.

Mardani, 2014, *Ayat-ayat dan Hadis Ekonomi Syariah*, Jakarta: PT. Raja Grafindo.

M.Nur Rianto, *Dasar-Dasar Pemasaran Bank Syari'ah*, Bandung, Alfabeta, 2010.

Mustaq Ahmad, *Etika Bisnis Islam* ,Jakarta: Pustaka Al-Kutsar, 2015.

Rambat Lupiyoadi, A. Hamdani, *Manajemen Pemasaran Jasa*, Jakarta, Salemba Empat, 2009.

Rachelia, E. D., & Widayanto, W. (2018). Pengaruh Kualitas Pelayanan, Nilai Pelanggan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Pada Pelanggan Taksi Konvensional (Studi Kasus pada Pelanggan Taksi Kosti Semarang). *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 7(1), 138-149.

Rifaldi, Kadunei Dan Sulistyowati Politeknik Negeri Jakarta, 2016. "Pengaruh Kualitas Pelayanan Transportasi Online Go-Jek Terhadap Kepuasan Konsumen Pada Mahasiswa/I Administrasi Niaga Politeknik Negeri Jakarta".

Rinto Alexandro dan Kuwing Baboe "Analisis Pelayanan Jasa Untuk Meningkatkan Jumlah Kepuasan Pelanggan Pada CV. Travel Tulus Di Muara Teweh". (Dikutip pada 05 Januari 2018).

Salim, A. 2015, *Manajemen Transportasi*, Jakarta: PT. Raja GrafindoPersada.

Setyawan Wicaksono, D. 2018, "Analisis Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Taksi Untuk Meningkatkan Loyalitas [Studi Pada Pt. Blue Bird Pusaka Di Semarang]".

Sharena Ghalib, Universitas Brawijaya, 2013. "Efisiensi Transportasi Masa Kini Untuk Meminimalisasi Konflik Persaingan".

Sugiyono, 2015.*Metode penelitian kuantitatif dan kualitatif R&D*, Bandung: Alfabeta

Sumber:*Perusahaan Taksi Puspa Jaya di Bandar Lampung.*

Todaro, Teori Kebijakan Ekonomi Pemerintah dalam Pandangan Modern. Terj. (Jakarta: Bina Aksara, 2014).

Umar, H. 2015, *Metode Riset Bisnis*, Jakarta: PT. GramediaPustakaUtama.

Wiratna Sujarweni, V. 2015. *Metodologi Penelitian Bisnis Dan Ekonomi*, Yogyakarta: Pustaka Baru Press.

Wood, I. 2015, *LAYANAN PELANGGAN* Cara Praktis, Murah, dan Inspiratif Memuaskan Pelanggan Anda, Yogyakarta: Graha Ilmu.

Wiratna Sujarweni. V *Metodologi Penelitian Bisnis dan Ekonomi* (Yogyakarta: Pustaka Baru Press, 2015).



DAFTAR GAMBAR



